

DIAGNÓSTICO E AÇÃO EM SALÃO DE BELEZA: A APLICAÇÃO DO PLANO DE MARKETING

DIAGNOSIS AND ACTION IN A BEAUTY SALON: THE APPLICATION OF THE MARKETING PLAN

MICHELI DA COSTA PONTES

KELLY CRISTINA DA COSTA PONTES

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE SÃO PAULO - IFSP

EDUARDO ROQUE MANGINI

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE SÃO PAULO - IFSP

Comunicação:

O XII SINGEP foi realizado em conjunto com a 12th Conferência Internacional do CIK (CYRUS Institute of Knowledge) e com o Casablanca Climate Leadership Forum (CCLF 2024), em formato híbrido, com sede presencial na ESCA Ecole de Management, no Marrocos.

DIAGNÓSTICO E AÇÃO EM SALÃO DE BELEZA: A APLICAÇÃO DO PLANO DE MARKETING

Objetivo do estudo

Este trabalho se concentra no desenvolvimento de um plano de marketing destinado a uma empresa do setor de beleza, com o objetivo de aprimorar sua participação de mercado.

Relevância/originalidade

O trabalho apresenta a aplicação de modelo de plano de marketing para o setor de serviços, contemplando os 7P's em Serviços.

Metodologia/abordagem

Utilizando uma abordagem qualitativa, esta pesquisa emprega investigação documental para adquirir dados e informações essenciais. No âmbito deste projeto, foi conduzida uma análise que abrange diversas áreas-chave, incluindo o posicionamento mercadológico da empresa, a avaliação do mix de serviços oferecidos entre outros.

Principais resultados

Essa análise proporcionou insights valiosos para a criação de um plano de ação. O plano de ação elaborado não apenas incorpora as descobertas obtidas nas análises, mas também inclui um orçamento detalhado que especifica os recursos financeiros.

Contribuições teóricas/metodológicas

Além disso, o trabalho contempla a revisão e o controle contínuo dos planos, garantindo a eficácia e a adaptação às mudanças do mercado. A pesquisa realizada neste estudo oferece um plano de marketing direcionado e personalizado para a empresa em questão.

Contribuições sociais/para a gestão

Também serve como um exemplo prático de como a análise criteriosa e a elaboração estratégica podem impulsionar o crescimento e a competitividade em um ambiente de negócios em constante transformação.

Palavras-chave: serviço, plano, beleza, pesquisa-ação

DIAGNOSIS AND ACTION IN A BEAUTY SALON: THE APPLICATION OF THE MARKETING PLAN

Study purpose

This work focuses on the development of a marketing plan for a company in the beauty sector, to improve its market share.

Relevance / originality

The work presents the application of a marketing plan model for the service sector, considering the 7P's in Services.

Methodology / approach

Using a qualitative approach, this research employs documentary research to acquire essential data and information. As part of this project, an analysis was conducted covering several key areas, including the company's marketing positioning, an assessment of the mix of services offered.

Main results

This analysis provided valuable insights for the creation of an action plan that drawn up not only incorporates the findings from the analysis but also includes a detailed budget that specifies the financial resources to be allocated to each marketing tool.

Theoretical / methodological contributions

In addition, the work includes continuous review and control of the plans, ensuring effectiveness and adaptation to market changes. The research carried out in this study offers a targeted and personalized marketing plan for the company in question.

Social / management contributions

It also serves as a practical example of how careful analysis and strategic development can boost growth and competitiveness in a constantly changing business environment.

Keywords: service, plano, beauty, action research