A importância da Gestão de Marketing para o desenvolvimento das Organizações

BY [EaD](https://unichristus.edu.br/category/ead/), [Gestão de Marketing](https://unichristus.edu.br/category/ead/gestao-de-marketing/)

**Conceitos e definições de Marketing -**

Para entender bem a importância do marketing nas empresas, inicialmente, é necessário apresentar alguns conceitos sobre o tema.

Marketing é uma palavra derivada do inglês que significa Market (Mercado) e Ing (ação), ou seja, Mercado em Ação, ou Ação para o Mercado.

Portanto, o termo Marketing consiste em uma atividade de negócios que envolve um conjunto de técnicas coordenadas que permite uma empresa conhecer o mercado presente, o seu público-alvo, com a finalidade de criar estratégias de posicionamento de mercado para aumentar seu  volume de vendas de produtos e serviços.

Explorando ainda mais o conceito, alguns grandes autores classificam o termo Marketing como:

“Um processo social, por meio do qual pessoas e grupos de pessoas obtêm aquilo de que necessitam e que desejam com a criação, oferta e livre negociação de produtos e serviços de valor com outros” – Philip Kotler.

Para Alexandre Luzzi Las Casas, “Marketing é a área do conhecimento que engloba todas as atividades concernentes às relações de troca, orientadas para a satisfação dos desejos e necessidades dos consumidores, visando alcançar determinados objetivos da organização ou indivíduo e considerando sempre o meio ambiente de atuação e o impacto que estas relações causam no bem-estar da sociedade”.

Além dos conceitos mais clássicos de Marketing, existe um conceito contemporâneo que se resume na capacidade de gerar maior valor econômico do que as empresas concorrentes, a partir de estratégias que englobam a construção de um satisfatório relacionamento a longo prazo, empresa X consumidor, e os benefícios percebidos por ele, sendo uma ponte para atender e entender as necessidades do mercado atuante.

**A atuação da Gestão de Marketing e sua importância**

A importância da Gestão Estratégica de Marketing deriva do fato de que, cada vez mais, as empresas têm consciência da necessidade de conhecerem o meio em que atuam,  criando valor ao cliente, com objetivo de se manterem competitivas no mercado.

Os processos de pesquisa de mercado, a segmentação, a definição do posicionamento da Organização, para a compreensão do meio em que atuam, são ferramentas extremamente importantes que visam a buscar o posicionamento ideal da empresa e o desenvolvimento de vínculos fortes com os seus clientes, visando à fidelização destes.

Por meio de um Plano Estratégico de Marketing, um dos instrumentos mais relevantes e mais utilizados na área da gestão e da execução de ações de Marketing, a empresa poderá definir.

**Metas e Objetivos**

Para ter uma visão mais clara do mercado em que atua e traçar metas e objetivos palpáveis e reais a serem alcançados.

**Organização do trabalho**

Essencial para a organização, etapa por etapa, das ações traçadas, garantindo que as metas sejam cumpridas.

**Competitividade e Posicionamento no mercado**

Para garantir a competitividade do  negócio, ter estratégias bem estruturadas, de acordo com a identidade da empresa, faz com que seus produtos sejam reconhecidos pelos consumidores.

**Público-alvo**

Toda e qualquer estratégia de Marketing deve ter como objetivo alcançar os seus clientes ideais. A elaboração do planejamento apresenta à empresa o perfil de seu público-alvo e, a partir de seu comportamento, possibilitando adequações, visando a atrair, a converter e a fidelizar os seus clientes.

**Análise de resultados**

Uma das etapas mais importantes do processo é a análise de resultados. Essa análise irá mostrar os caminhos certos ou errados, a partir de estatísticas e números. Dessa forma, a empresa poderá direcionar os seus investimentos para as estratégias que trouxeram melhores resultados.

BY [EaD](https://unichristus.edu.br/category/ead/), [Gestão de Marketing](https://unichristus.edu.br/category/ead/gestao-de-marketing/)

**As maiores Tendências atuais de Marketing**

Não é de hoje que as empresas vêm reconhecendo o papel do Marketing para o sucesso e a obtenção de vantagem competitiva a médio e longo prazo. Muitas delas já estão adequando seus processos e investindo em ações, principalmente aquelas relacionadas ao ambiente digital, em que se encontram as maiores tendências do setor.

Dentre essas ações, as mais importantes são as ferramentas de SEO (Search Engine Optimization), que consistem em produzir conteúdos, a partir de palavras-chave, para que a empresa seja mais facilmente localizada em mecanismos de busca. O uso de Blogs, como ferramenta de produção de conteúdo relevante e de valor ainda estão em alta. As Redes Sociais, claro, são as preferidas das empresas, por possuírem  baixo custo e grande alcance. Outra tendência que está com força total são os investimentos e Ads, anúncios nas redes sociais e no Google, pois podem ser criados para falar diretamente no perfil de pessoas que a empresa deseja ou precisa atingir.