

## MARKETING CONTÁBIL COMO ESTRATÉGIAS DE RELACIONAMENTO

BATISTA, Steffany Fernanda Souza (autor) – UNIFEV - Centro Universitário de Votuporanga.  
 RODRIGUES, Rivelino (orientador) – UNIFEV - Centro Universitário de Votuporanga.

O Marketing contábil como estratégias de relacionamento enfatiza principalmente a necessidade de um relacionamento em longo prazo com o mercado, em detrimento das práticas de transações com objetivos de curto prazo, buscando a fidelização dos clientes e esse relacionamento é um diferencial forte para o contador. As empresas buscam um profissional contábil que possa ajudá-las com o cumprimento das obrigações, o que elas esperam é que esse serviço seja executado com exatidão, independente da grande dificuldade que os profissionais da área enfrentam para acompanhar tantas mudanças que o governo impõe. O profissional da contabilidade não é mais aquele velho burocrata, antigo conhecido como guarda livros. O que o mercado exige nos dias atuais são profissionais mais audaciosos, dinâmicos, que constantemente se atualizem, sejam interessados pelo o que fazem. A contabilidade teve uma recente evolução em que o público geral acompanha e outra parte desconhece a atividade do contador e suas atribuições, onde enxergam apenas o envolvimento com funções habituais de um escritório contábil. Contudo, a contabilidade tem apresentado grande desenvolvimento em diversas áreas de aperfeiçoamento. O estudo proposto foi para analisar as condutas nas organizações contábeis, no que se refere ao relacionamento com os seus clientes, considerando o atual cenário de concorrência e comportamento dos consumidores. Foi realizado pesquisas bibliográficas, pesquisas de campo por meio de coletas de dados através de pesquisas com questionário de perguntas fechadas e análise das empresas aos quais aplicam o marketing contábil e estratégias de relacionamento. Conforme os resultados da pesquisa, foi possível observar após as análises de resultados que a empresa que faz o uso de estratégia de marketing obtém resultados positivos, quando se trata de fidelização dos clientes. Este fato é comprovado com os dados do questionário aplicado.

Palavras-chave: Marketing Contábil. Estratégias. Relacionamento.

### REFERÊNCIAS:

Código de ética profissional do contador ; CEPC RESOLUÇÃO CFC N° 803/1996 DOU de 20.11.1996.

BERTOZZI, D. Rodrigo. Revolution Marketing Place: Elimina fronteiras, tempo e complexidades operacionais na fusão entre o comércio físico e virtual. Curitiba: Juruá editora, 2002.

GORDON, Ian. Marketing de Relacionamento. 4. Ed. São Paulo: Futura, 2001.

HERNANDES, ANDERSON - Marketing Contábil 2.0 - Como conquistar clientes para a sua empresa de contabilidade. São Paulo: Tactus Editora, 2014.