

MARKETING DE RELACIONAMENTO, INOVAÇÃO E STARTUPS: UMA DINÂMICA PARA ATUALIZAÇÃO DE EMPRESAS.

GONÇALVES, Felipe Chiuchi.¹ (Autor). UNIFEV – Centro Universitário de Votuporanga

SOUZA, Gleison Henrique de.² (Autor). UNIFEV – Centro Universitário de Votuporanga

DOMINGUES, Gustavo Andrey Cagliari.³ (Autor). UNIFEV – Centro Universitário de Votuporanga

Baptista, João Victor de Oliveira.⁴ (Autor). UNIFEV – Centro Universitário de Votuporanga

GOMES, Prof^aMa. Giselda Fernandes Poiani. Coordenadora do curso de Publicidade e Propaganda da UNIFEV – Centro Universitário de Votuporanga

O presente artigo busca associar conceitos sobre Marketing de Relacionamento, Inovação e Startup, tentando responder como os três temas podem se relacionar para alavancar as vendas de uma empresa. Trabalhar-se-á, nesse sentido, como cliente, com a empresa 100% Games, do ramo de Videogames, situada em Valentim Gentil/SP e possui loja, tanto *online* quanto física. Este estudo pode ser importante para a comunicação empresarial, pois ajudará profissionais a preverem necessidades de mercado, bem como detectar e corrigir erros para melhor trabalhar com o público-alvo. Diante das possibilidades e dos recursos apresentados, será possível perceber a nova dinâmica que o mercado exige das empresas para que suas estratégias de marketing atinjam os objetivos traçados. Será possível também identificar uma nova classe de consumidores, exigentes e com acesso total as informações necessárias. Inovar é primordial para continuar ativo no mercado, mantendo uma relação próxima com seus clientes atuais, e atrair novos consumidores. De acordo com os dados levantados, ainda existe um paradoxo sobre a utilização dessas estratégias. Para isso, o levantamento de dados tem se tornado fundamental para conhecer seus clientes e deve ser utilizado como

¹ felipechiuchi@yahoo.com.br

² hieighs00@hotmail.com

³ gustavo_xdd@hotmail.com

⁴ jyrockness@gmail.com

diferencial competitivo, pois auxilia no desenvolvimento de novos produtos, novas ações e diminui a margem de erro de novas estratégias. A internet tem papel fundamental nesse aspecto. Apesar de seu potencial ainda não ser totalmente conhecido, já é possível afirmar que a comunicação entre empresa e clientes entrou em uma nova dimensão, tendo em vista que, por meio dessa nova mídia, o *feedback* pode ser instantâneo.

Palavras-chave: Marketing de Relacionamento. Startup. Inovação.

REFERÊNCIAS

- KOTLER, Philip; KELLER, Kevin. **Administração de marketing**. Tradução de Mônica Rosenberg, Cláudia Freire, Brasil Ramos Fernandes: revisão técnica Dilson Gabriel dos Santos. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.
- RIES, Eric. **A startup enxuta**. Tradução de Carlos Szlak. São Paulo: Leya, 2012.
- ZENONE, Luiz Claudio. **Marketing de relacionamento: tecnologia, processos e pessoas** – São Paulo: Atlas, 2010.