

A UTILIZAÇÃO DAS REDES SOCIAIS NA CONSTRUÇÃO DO RELACIONAMENTO COM AS CLIENTES: UM ESTUDO DE CASO NO ESPAÇO CACHOS E AFROS

THE USE OF SOCIAL NETWORKS IN THE CONSTRUCTION OF RELATIONSHIP WITH CUSTOMERS: A CASE STUDY IN THE CACHOS AND AFROS SPACE

Daiane Porto Vaz ¹, Haroldo Teixeira Nascimento ²

¹ Graduando em administração pela Faculdades integradas Aparício Carvalho FINCA/UNICENTRO. e-mail: daianeportovaz20@gmail.com; ² Professor Orientador. Administrador, Especialista em metodologia do ensino superior, MBA em gestão de marketing. E-mail: teixeiranascimento@haroldo@gmail.com.

DOI: <https://doi.org/10.37157/fimca.v7i3.132>

RESUMO

Introdução: Este trabalho foi um estudo de caso no Espaço Cachos e Afros situado no município de Jarú -RO. Através desta pesquisa, buscou-se analisar a utilização das redes sociais na construção do relacionamento com as clientes, e teve como **objetivos:** Identificar como o Espaço Cachos e Afro utiliza as redes sociais para construir o relacionamento com suas clientes, seu gerenciamento e quais são as mais redes de relacionamento mais utilizadas; realizar pesquisa com as clientes do espaço, para identificar o perfil das clientes e a rede social mais acessada e descrever os benefícios da utilização das redes sociais pelo Espaço Cachos e Afros.

Materiais e métodos: Os resultados que foram levantados através do questionário composto por 10 questões aplicado através do formulário eletrônico googledocs, e as entrevistas estão demonstradas e discutidas. **Conclusão:** A utilização das redes sociais é fundamental, pois onde estão grande parte do público, além de promover interação com cliente esclarecendo suas dúvidas. Mas a empresa pode ampliar o uso das redes sociais, não utilizando somente duas redes sociais, mas enfatizar também o uso do youtube gravando vídeos promocionais e demonstrando os produtos, informando sobre as tendências, dicas e ampliando dessa forma o número de seguidores e de clientes.

Palavras-chave: marketing; rede social; relacionamento.

ABSTRACT

Introduction: This work was a case study at Espaço Cachos e Afros located in the municipality of Jarú-RO. Through this research, we sought to analyze the use of social networks in building relationships with customers, and had the following objectives: Identify how Espaço Cachos e Afro uses social networks to build relationships with their customers, their management and what they are the most used relationship networks; conduct research with customers in the space, to identify the profile of customers and the most accessed social network and describe the benefits of using social networks by Espaço Cachos e Afros. **Materials and methods:** The results that were obtained through the questionnaire composed of 10 questions applied through the electronic form googledocs, and the interviews are demonstrated and discussed. **Conclusion:** The use of social networks is essential, because where a large part of the public is located, in addition to promoting interaction with customers, clarifying their doubts. But the company can expand the use of social networks, not only using two social networks, but also emphasize the use of youtube by recording promotional videos and demonstrating the products, informing about trends, tips and thus expanding the number of followers and customers.

Key words: marketing; social network; relationship.

INTRODUÇÃO

As redes sociais são muito utilizadas para interação entre as pessoas, e podem ser utilizados pelas empresas, na divulgação de seus produtos e serviços, proporcionando melhor relacionamento com cliente. As redes sociais possuem papel bastante efetivo no processo de comunicação entre as pessoas e as empresas. O Espaço cachos & Afro foi idealizado por Daiane Porto Vaz, no ano de 2019, na cidade de Jarú-RO.

Este estudo tem como objetivo geral, analisar a utilização das redes sociais na construção do relacionamento com as clientes do Espaço Cachos e Afros, e objetivos específicos, Identificar como o Espaço Cachos e Afro utiliza as redes sociais para construir o relacionamento com suas clientes, seu gerenciamento e quais são as mais utilizadas; realizar pesquisa com as clientes do espaço, para identificar o perfil das clientes e a rede social mais acessada e descrever os benefícios da utilização das redes sociais pelo Espaço Cachos e Afros.

O marketing é “um processo gerencial por meio do qual os indivíduos e os grupos obtêm aquilo de que precisam e também desejam, em razão da criação e da troca de produtos/serviços de valor com outras pessoas” (KOTLER, 2002, p.07).

As redes sociais são sites disponíveis na internet em que os usuários podem construir seu perfil e começar a se relacionar

com outros usuários, ou seja, as redes sociais são distinguidas como instrumentos “que permitem aos indivíduos se apresentarem uns aos outros, estabelecendo e mantendo relações. O objetivo de sua utilização baseia-se na interação entre pessoas que já se conhecem ou queiram encontrar novas pessoas” (BOYD e ELLISON, apud, ROCHA, et al., 2011, p.2).

Os tipos mais utilizados de redes sociais são: **Facebook:** Para Shih (2009) apud Rocha e cols. (2011, p.3), o Facebook é um instrumento ágil de integração. “Cada vez que um usuário atualiza uma mensagem de status, escreve sobre seu perfil, faz um comentário, ou interagem com uma marca, seus seguidores descobrem. Isso aumenta o retorno das ações”.

Instagram: o Instagram é um das redes “sociais mais utilizadas atualmente, permitindo a fácil interação entre as pessoas e entre empresas e seus consumidores, além de possuir um grande potencial de investimento” (ROCK CONTENT (2018), apud, LICHTENHELD, DUARTE, BORTOLON, 2018, p.2).

Youtube: Youtube atua como instrumento de marketing permite as organizações a deixarem seus vídeos comerciais disponíveis na plataforma.

Whatsapp: Esse aplicativo é gratuito e específico para as pequenas empresas, pois proporciona mais interação entre clientes e colaboradores, além de ter mais facilidade para

responder os questionamentos através de mensagens com mais agilidade.

MATERIAIS E MÉTODOS

A pesquisa aconteceu com 89 clientes do Espaço Cachos e Afro no município de Jarú, no período de 20 de setembro a 20 de outubro de 2020, utilizando como ferramenta, formulários digitais o googledocs. Foi encaminhado o link para as clientes do espaço Cachos e Afros por e-mail e WhatsApp.

RESULTADOS

Os outros meios de comunicação mais utilizados pela empresa para divulgar seus serviços e produtos é a propaganda boca a boca, ou seja, é uma forma de divulgação pessoal, num encontro face a face com os navegantes, através de uma tecnologia ou numa conversa por telefone. A internet facilita e propõe praticidade ao se comunicar com a cliente, dando total atenção gerando mais confiança nos serviços prestados e fidelizando pessoas.

A rede social mais utilizada pela empresa é o Instagram e o Whatsapp, pois tem como finalidade atrair um maior público alcançando mais quantidade de pessoas. O que vai de encontro com a pesquisa realizada com as pessoas, no qual 62,9% dos entrevistados responderam que a rede social que mais utilizam é whatsapp. O gerenciamento é feito por telefone e a própria plataforma da rede social mostra os resultados de alcance de pessoas, bem como os dias que são mais acessados, isso no Instagram. No Whatsapp é feito através dos recebimentos das mensagens.

No perfil do cliente foi questionada, frequência que utiliza os serviços do salão de beleza, o diferencial que o salão precisa ter, remuneração, finalidade que o cliente utiliza as redes sociais e se acompanha espaço Cachos e o Afros nas redes sociais.

No que se refere ao gênero 88,8% são do **gênero feminino**, compreende-se que o maior público de um salão de beleza é as mulheres. Quando questionados sobre **qual a rede social que as pessoas mais utilizam** 62,9% responderam que utilizam o whatsapp, 22,5% Instagram e 14,6% Facebook. Com essas informações tem a possibilidade do Espaço Cachos e Afros ter como foco de divulgação de seus serviços e produtos através do whatsapp e Instagram e em segundo plano o Facebook. **Quando questionados sobre a finalidade** para que as pessoas utilizam as redes sociais, 41,6% utilizam para entretenimento, 36% para contato com amigos e familiares, 18% para compartilhar informações de produtos e serviços e 4,5% para comprar produtos. Na questão se você acompanha as redes sociais do espaço Cachos e Afros 82% dos entrevistados responderam que sim e 18% disseram que não. É importante que a empresa mantenha sempre sua página atualizada.

Os benefícios são divulgar informações a respeito de tratamento de cabelos com dicas e imagens dos serviços prestados de forma criativa e interagindo com o público. E com a utilização das redes sociais conquistamos novos clientes e ainda uma maneira de saber mais sobre as tendências do momento.

A proprietária do espaço respondeu que a estratégia é gerar um bom resultado, verificar a necessidade do cliente e apresentar solução para o seu problema, isso atrai o cliente para a concretização do serviço. É fundamental mostrar um bom serviço e não deixar a desejar no atendimento.

DISCUSSÕES

Perante o cenário atual a área de beleza caiu bastante à circulação de pessoas, hoje o espaço Cachos e Afros está passando por muitas adaptações para manter-se ativo. O número de clientes reduziu muito no período de 2020 e com isso a redução das vendas. A empresa continuou divulgando seus produtos na rede social Instagram e Whatsapp, mas o retorno dos clientes está sendo lento.

Com a utilização das redes sociais o Espaço Cachos e Afros se aproximou mais do cliente, criando assim não só um laço de profissionalismo, mas também de amizade sempre que essas pessoas passam por dificuldade capilar ou até mesmo quando possuem dúvidas sobre qual produto utilizar, elas sempre procuram o espaço para esclarecer suas dúvidas, pois se sentem seguros e confia no serviço prestado.

O feedback é indispensável. É preciso seguir a risca. Procurar conhecer a necessidade do cliente, o que ele procura, se os serviços oferecidos estão sendo de qualidade, como o cliente se sente, se a localização da empresa está satisfatória. O espaço Cachos e Afros utilizou muito o Whatsapp para realizar o feedback e o retorno foi positivo, além de ser uma ferramenta prática qualquer pessoa pode responder.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nos dias atuais a utilização das redes sociais pelas empresas se tornou uma ferramenta de marketing fundamental, pois além de divulgar seus produtos a empresa promove interação com os clientes sobre a experiência em utilizar os serviços ou adquirir os produtos e a qualidade dos mesmos.

A utilização das redes sociais é fundamental nos dias de hoje, pois é onde está grande parte do público. Além de promover interação com cliente esclarecendo suas dúvidas, mas a empresa pode ampliar o uso das redes sociais, não utilizando somente duas redes sociais, mas enfatizar também o uso do Youtube gravando vídeos demonstrando os produtos, informando sobre as tendências da moda em cabelos, dicas e ampliando dessa forma o número de seguidores e de clientes.

REFERÊNCIAS

KOTLER, Philip. **Marketing de serviços profissionais**. 2 ed. Barueri, Manole: 2002.

LICHTENHELD, Amanda Ferreira; DUARTE, Caroline VelteN; BORTOLON, Angelo. **O Instagram como estratégia de marketing digital**: uma pesquisa ação na Wood Lanches. Disponível em <https://multivix.edu.br/wp-content/uploads/2018/12/o-instagram-como-estrategia-de-marketing-digital-uma-pesquisa-acao-na-wood-lanches.pdf>. Acesso em abril de 2020.

ROCHA, Thelma Valéria, et. al. **O uso das redes sociais na construção do relacionamento com clientes**: um estudo de caso múltiplo no Brasil. Disponível em <http://www.anpad.org.br/admin/pdf/MKT1052.pdf>. Acesso em abril de 2020.