



A IMPORTÂNCIA DO ENDOMARKETING NAS ORGANIZAÇÕES: UM ESTUDO DE CASO EM UMA EMPRESA DE CONSULTORIA AGRÍCOLA NA REGIÃO CENTRO-SUL DO MATO GROSSO DO SUL

Ana Katiussa Wunder

Aluno Especial da Universidade Federal Fluminense – Rio de Janeiro

RESUMO

O conceito de endomarketing consiste em marketing interno nas empresas, a sua implantação nas organizações apresenta eficiências nas tomadas de decisão e relacionamento entre colegas, além da redução de turnover e a fixação de talentos. Os objetivos na pesquisa consistem em identificar as ferramentas que influenciam os colaboradores a permanecer na empresa, a percepção dos colaboradores sobre a implantação da ferramenta e o terceiro objetivo, quais ferramentas mais utilizadas. A metodologia constitui em aplicação de questionários online aos colaboradores do setor administrativo da empresa no ano de 2018. Na pesquisa foi levantada algumas terminologias relevantes ao estudo, sendo elas: guerra de talentos, estreitamento das relações, motivação e era do conhecimento. Em relação a discussão de resultados, 90% dos entrevistados afirmaram que o relacionamento entre colaboradores é ótimo e 10% sendo razoável. Em relação a influência do endomarketing no planejamento organizacional foi ressaltado alguns pontos, eficiência no alcance de metas, a comunicação com baixo ruído, evitando assim conflito entre setores. Um ponto em destaque que os colaboradores levantaram foi de contratações de treinamentos aos setores, com intuito de se manter atualizados. No questionamento dos benefícios que a empresa fornecia, estão em primeiro lugar bônus salarial, em seguinte ambiente de trabalho adequado e por último, horários flexíveis. O estudo abordou a satisfação dos colaboradores a partir do estudo de endomarketing.

Palavras-chave: Endomarketing, Comunicação, Planejamento Organizacional, Turnover.
