

Marketing contábil e o relacionamento com os clientes

Accounting marketing and customer relationships

Maria Valéria Guimarães da Silva¹ , Maria Eirilúcia Cruz Macedo² 

1. Acadêmica do bacharelado em Ciências Contábeis –
UNIVS.
E-mail: valeriajbe1@gmail.com

2. Professora Especialista do curso de Ciências
Contábeis – UNIVS.
E-mail: mariaerilucia@univs.edu.br

Comunicação Breve

O marketing desempenha um papel fundamental na valorização de produtos e serviços, permitindo que os clientes os conheçam e busquem. Empresas utilizam estratégias de marketing para atrair mais clientes e aumentar sua lucratividade, exigindo que profissionais estejam capacitados para conceber estratégias eficazes. O termo "MARKETING" origina-se de "Market," que significa mercado em inglês, refletindo a forma como as empresas operam e se comportam no mercado. No mercado contábil, que está em constante evolução devido à tecnologia e novos modelos de trabalho, o marketing contábil desempenha um papel crucial. O marketing sofreu um grande impacto durante, e após, a pandemia da covid-19, mudando o pensamento das pessoas sobre a necessidade de investir no marketing de suas empresas, para alcançar um público maior e se manter no mercado. Ele cria proximidade e confiança entre profissionais e clientes, tornando-se uma ferramenta essencial para ganhar credibilidade. Anteriormente, investir em marketing era associado a empresas de grande porte, mas o avanço tecnológico tornou-o vital para a competitividade. Embora escritórios de contabilidade ofereçam serviços em vez de produtos, o marketing neste setor eleva a visibilidade e a confiabilidade, destacando-se em um cenário digital em constante mudança. A busca por conhecimento contínuo é essencial para os contadores que desejam se destacar e expandir seus negócios. Analisar quais os impactos do marketing contábil na relação com os clientes. Analisar os impactos do marketing na relação com clientes. Apresentar a importância do marketing. Esta pesquisa é de natureza básica e visa expandir o conhecimento científico em uma área específica, contribuindo com embasamentos teóricos, e que busca contribuir com o conhecimento, sem a obrigação de aplicar imediatamente seus resultados. Este estudo utilizará dados científicos, com foco no google acadêmico, e também direta com alguns profissionais, e seus clientes por meio de um questionário. Avaliação dos Impactos do Marketing Contábil na Relação com os Clientes. Análise dos Efeitos do Marketing na Relação com os Clientes. Destaque da Importância do Marketing na Área Contábil. Neste contexto em constante evolução, o marketing desempenha um papel muito importante na valorização de produtos e serviços, permitindo que empresas atraiam mais clientes e se mantenham. No mercado contábil, sujeito a atualizações tecnológicas, o marketing contábil se destaca como uma estratégia importante para construir uma confiança e proximidade entre profissionais e clientes. Antigamente considerado como estratégia somente para grandes empresas, o marketing agora é fundamental para a competitividade de todos. Mesmo oferecendo serviços em vez de produtos, escritórios de contabilidade se beneficiam ao elevar sua visibilidade e confiabilidade, adaptando-se a um cenário digital em constante mudança. Para contadores que buscam se destacar e expandir seus

negócios, a busca por conhecimento é essencial. Em resumo, o marketing contábil é uma ferramenta indispensável em um mundo em transformação, capaz de fortalecer as relações com os clientes e garantir a relevância no mercado.

Palavras-chave: Marketing Contábil. Relacionamento com os clientes. Estratégia. Mercado de trabalho.