

Marketing

Com muita frequência, pessoas não envolvidas no mundo dos negócios e da gestão tendem a considerar marketing como o conjunto de ações de propaganda ou de vendas.

Propaganda é tão e somente uma ferramenta, do composto de marketing, que adequadamente auxiliará no alcance dos objetivos organizacionais: as vendas. Entretanto, marketing é muito mais do que apenas (ações de) propaganda ou (ações de) vendas.

Inúmeros autores definem a palavra marketing. Considerado pelo *Management Centre Europe* "o maior dos especialistas na prática do marketing", Philip Kotler traz:

“Normalmente, o marketing é visto como a tarefa de criar, promover e fornecer bens e serviços a clientes, sejam estas pessoas físicas ou jurídicas. Na verdade, os profissionais de marketing envolvem-se no marketing de bens, serviços, experiências, eventos, pessoas, lugares, propriedades, organizações, informações e ideias.”

Outros reconhecidos autores trazem interessantes conceitos, como Raimar Richers, que diz: *“Marketing são as atividades sistemáticas de uma organização humana, voltada para a busca e realização de trocas com seu meio ambiente, visando benefícios específicos”*.

Neste mesmo sentido Philip Kotler diz: *“Marketing é o conjunto de atividades humanas que tem por objetivo facilitar e consumir relações de troca”*.

Desta forma podemos fazer a seguinte pergunta: O que é marketing? Segundo o Sebrae Nacional, Marketing é a área do conhecimento que engloba todas as atividades concernentes às relações de troca, orientadas para a satisfação dos desejos e necessidades dos consumidores. Tais necessidades e desejos são satisfeitos mediante a compra de produtos e/ou serviços, esta compra pode ser impulsionada por uma necessidade fisiológica (alimentação, abrigo, frio) ou psicológica (status, segurança, diversão, etc.).

Serviços

O conceito “serviços” surge no contra sentido de produto. Alguns teóricos tentam traduzir serviço como tudo aquilo que é feito (ato/ação) e não produzido (produção/manufatura = transformação que resulta em bem tangível).

Entretanto, podemos definir serviços como ações, atos, processos, atuações, comportamentos e atitudes.

A palavra “serviço” tem sua origem no Latim e define a ação de servir.

Serviço, no que tange marketing, é um conjunto de atividades realizadas para atender e satisfazer as expectativas e as necessidades do consumidor.

Marketing de Serviços Imobiliários (Marketing Imobiliário)

É toda ação, atitude, comportamento ou processo que leva uma imobiliária, ou corretor de Imóveis, a atender e satisfazer as necessidades e expectativas do cliente imobiliário; gerando fidelização do cliente e incentivando-o, até mesmo, a vender os serviços da organização ou do profissional liberal (corretor de móveis).