

ENDOMARKETING E A IMPORTÂNCIA DO ATENDIMENTO AO CLIENTE INTERNO

ZAMBERLAN, Andressa Samara Masiero¹

SANCHES, Ícaro Oliveira²

VOLPI, Douglas³

VIDAL, Douglas⁴

ESTENDER, Antônio Carlos⁵

RESUMO

O presente artigo visa proporcionar melhor entendimento sobre as características, a aplicação do endomarketing e sua usabilidade a fim de prover maior satisfação do cliente final através do engajamento e valorização de sua força de trabalho interna. Seu objetivo geral de pesquisa visa alinhar as abordagens sobre o tema e demonstrar como estas se complementam para prover uma definição comum sobre endomarketing, enquanto o estudo de caso demonstra os resultados nos públicos interno e externo referentes às campanhas, benefícios e ações de comunicação interna realizados pela empresa, além de levantar novos questionamentos para estudos futuros a respeito da mensuração de sentimentos pessoais. O método de trabalho realizado consiste em levantamento de revisão literária e estudo de caso realizado através de pesquisa qualitativa numa empresa referência em comunicação interna e valorização de seu capital humano, obtendo ótimos resultados na fidelização de seus clientes e na satisfação destes em relação aos serviços prestados.

Palavras-chave: Endomarketing. Comunicação Interna. Cultura Organizacional.

¹ Mestre em Administração. Andressa_masiero@hotmail.com

² Graduado em Administração. iksanches@icloud.com

³ Graduado em Administração. avolpi@terra.com.br

⁴ Mestre em Administração. douglasvidas@uninobe.br

⁵ Mestre em Gestão de Negócios. estender@uol.com.br