



Departamento de Bioquímica e Biologia Molecular



Universidade Federal de Viçosa

Plano de Candidatura – Diretoria de Marketing

Érika Duarte Zôrzo



TECNOMOL
Soluções em Biotecnologia

Viçosa – MG

Novembro de 2016.

Dados Básicos de Identificação

Nome: Érika Duarte Zôrzo

Ano de entrada no curso: 2016

Contato: erika.zorzo@ufv.br

Telefone: (73)9 9177-5856

1. Histórico e Atuação na Tecnomol– Empresa Júnior de Bioquímica

Ingressei no curso de Bioquímica da UFV em março de 2016, tendo me candidatado ao processo seletivo da Tecnomol ao final desse mesmo mês. Fiquei entre os dez primeiros colocados do processo e, portanto, fui selecionada para participar do processo Trainee, que teve início em abril.

Entre para a empresa como Trainee da Diretoria de Marketing e fui efetivada como Gerente nessa mesma diretoria em junho de 2016. Apenas uma semana após a efetivação, fui eleita Diretora de Marketing, cargo no qual ainda permaneço.

Como Diretora, fui uma das responsáveis diretas pela reformulação do site da Tecnomol, pela concretização (ainda em andamento) de nossa mascote, bem como pela divulgação de eventos organizados pela empresa e pelo contato com possíveis clientes. Além disso, pude participar de momentos importantes para a empresa, como integrações e imersões.

No MEJ, tive a oportunidade de participar de algumas Células Temáticas oferecidas pela CEEMPRES, do Dia Trainee e de eventos organizados por outras Empresas Juniores, além do Selo CEEMPRES, InternEJ e Prêmio CEEMPRES. Esses eventos me proporcionaram a aquisição de conhecimento e motivação a continuar na Tecnomol e participar ativamente de seu crescimento.

Como experiência pessoal, considero importante citar o fato de já ter trabalhado com atendimento ao público numa empresa que prioriza a satisfação dos clientes. Isso me proporcionou acesso a treinamentos de excelência em atendimento e uma maior capacidade de visualizar aspectos como o diferencial em relação à concorrência e entender a importância do trabalho conjunto para o sucesso de uma empresa, bem como a convivência com padrões de qualidade como a ISO9001.

2. Justificativa da Candidatura

Como é de conhecimento geral entre os membros da Tecnomol, a Diretoria de Marketing é uma das mais importantes quando se trata de captar clientes e fechar contratos para a realização de projetos. Por isso, é também de grande importância que ela não esteja em vacância e que esteja ocupada por alguém que se interesse por suas funções e saiba desempenhá-las com eficiência (ou esteja disposto a aprender).

Estou me candidatando à Diretoria de Marketing porque essa é uma área com a qual me identifico, principalmente pela facilidade que tenho em me comunicar. Além disso, tenho muito a aprender sobre os diversos aspectos abrangidos por essa diretoria, e durante o recesso acadêmico pretendo me dedicar a isso, de forma a poder aplicar com excelência à rotina da Tecnomol os conhecimentos adquiridos.

3. Foco das Ações

É sabido que uma das maiores barreiras enfrentadas pela Tecnomol atualmente é o baixo número de projetos, o que se deve, principalmente, à ausência de um processo de captação ativa de clientes. Tendo em vista que já organizamos alguns aspectos internos cruciais, o foco das ações na gestão 2017 será a captação de clientes, de forma que possamos realizar mais projetos e, através deles, tornarmos a Tecnomol mais conhecida tanto pelos alunos do curso, quanto pela comunidade de Viçosa e região.

4. Análise da Atual Diretoria de Marketing

Durante a gestão atual como Diretora de Marketing, tenho plena consciência de que não realizei todas as ações propostas no plano anterior, bem como outras ações que seriam necessárias. Isso se deveu, principalmente, ao fato de ter assumido o cargo sem muitos conhecimentos na área e sem tempo para adquiri-los, bem como à falta de tempo gerada pelas atividades acadêmicas e extra acadêmicas que desempenho.

No entanto, a Diretoria tentou, na medida do possível, atender às demandas mais urgentes e estruturar alguns aspectos internos importantes inclusive para as ações que deveriam ter sido realizadas, como, por exemplo, elaborar um novo site e confeccionar uma mascote para a empresa e camisas para os membros. Além disso, novas demandas surgiram ao longo da gestão, como a divulgação de eventos realizados pela Tecnomol, por exemplo.

Assim, embora a última gestão tenha deixado um pouco a desejar em relação às expectativas, vejo que também foi muito importante na estruturação e construção de bases para a seguinte, na qual será possível realizar as ações que ficaram pendentes desta com muito maior propriedade e eficácia do que se tivessem sido realizadas antes.

5. Propostas

6.1. Aumento da atividade da Tecnomol nos meios digitais

Essa atividade já vem sendo realizada na atual gestão. No entanto, a frequência de publicações ainda não é a ideal e ainda há o que melhorar. Assim, a proposta é atualizar com maior frequência o site da Tecnomol e as páginas em redes sociais (Facebook, principalmente), através de notícias e publicações de curiosidades, por exemplo.

6.2. Confecção de anúncios para a Tecnomol através do Google Ads

A Google oferece para organizações sem fins lucrativos (o que inclui empresas juniores) 10.000 créditos mensais para veiculação de anúncios pela internet. Portanto, essa ação consiste em entrar em contato com a Google e solicitar essa parceria, de forma que possamos promover a Tecnomol através destes anúncios e, assim, aumentar as chances de conseguirmos mais projetos.

6.3. Estruturação e aplicação de pesquisa de mercado

A pesquisa de mercado é uma ferramenta importantíssima para nortear as ações de uma empresa. É através dela que conhecemos as necessidades de nosso público e entendemos a melhor forma de nos aproximarmos dele. Esta ação consiste, portanto, em elaborar um modelo de pesquisa de mercado, de acordo com o indicado pela literatura e com Intej's com outras EJ's, e aplicá-lo da forma mais condizente com o modelo e mais cômoda para o possível cliente.

6.4. Aplicação de metodologias de captação ativa de clientes

A captação ativa é uma das formas mais utilizadas pelas empresas, tanto juniores, quanto sêniores, para conseguir mais projetos e, assim, aumentar sua visibilidade e seu faturamento. Esta ação consiste em aplicar metodologias descritas em literatura e/ou aplicadas por outras empresas juniores (o que é possível aprender através de Intej's e observar em eventos

como o InterAção e as Células Temáticas da CEEMPRES) com o objetivo de fechar mais contratos para a realização de projetos pela Tecnomol.

6.5. Utilização de projetos de Responsabilidade Social como uma forma de aumentar a carta de clientes

Um dos cases premiados no XI InternEJ se tratou exatamente disso: uma empresa júnior que utilizou um evento anual, com foco em responsabilidade social, para captar e fidelizar clientes. Esta prática, além de gerar valor e impactar a sociedade, é mais uma forma de aumentar a visibilidade da Tecnomol e, assim, as possibilidades de conseguir clientes e, conseqüentemente, mais projetos.

6.6. Elaboração de processo para controle de satisfação de clientes

O cliente é o bem mais importante de qualquer empresa, seja ela júnior ou sênior, visto que este é quem a mantém funcionando. Portanto, o controle de sua satisfação é crucial para saber como a empresa se posiciona perante a ele e perante o mercado como um todo, bem como para traçar estratégias de melhoria contínua em sua atuação. Por isso, proponho a criação de um processo padrão para a obtenção de feedbacks dos clientes de forma eficiente, o que pode auxiliar, inclusive, em sua fidelização.

6.7. Aplicação de metodologias de fidelização de clientes

Fidelizar clientes é um importante passo para o estabelecimento de uma empresa no mercado. Para isso, existem várias metodologias, como, por exemplo, o CRM – *Customer Relationship Management*. Esta proposta consiste, portanto, em aplicar essa e outras metodologias com o fim de passarmos a manter uma sólida carteira de clientes.

6. Considerações Finais

Até aqui, caminhei e progredi bastante, tanto pessoal, quanto profissionalmente, e assim pretendo continuar, de forma a contribuir também para o desenvolvimento da Tecnomol e de meus colegas. Adquiri um enorme sentimento de pertencimento a essa empresa ao longo desta gestão, fiz amigos, vivi momentos muito satisfatórios dos quais me lembrarei por toda a vida.

Agradeço a todos por terem estado ao meu lado, me apoiando sempre que precisei e sendo compreensivos sempre que não tive disponibilidade para participar de alguma coisa ou realizar alguma ação. Agradecimentos especiais aos gerentes lindos que me acompanharam nesta gestão, sem vocês eu jamais teria assumido essa Diretoria e jamais teria tido a oportunidade de viver as experiências que vivi (e de divulgar a Noite Indelicada dos Signos para todos os alunos da pós-graduação).

Por fim, gostaria de colocar que será um imenso prazer continuar na Diretoria de Marketing e poder aprender mais sobre essa área e auxiliar os novos membros que a Tecnomol receberá em 2017 nessa jornada que é fazer parte do MEJ.

Muito amor pela Tecnomol, porque #TánoDNA.