



O CONTEXTO DA PRÉ VENDA COMO RECURSO DE DIFERENCIAÇÃO NO MERCADO: ESTUDO NO SEGMENTO DE TECNOLOGIA

Danielle Torres Porcelani¹; Luiz Tatto²; Cecilia Adriana da Silva³; Victor Biazon⁴

1 Acadêmica do Curso de Marketing, UNICESUMAR EAD, Maringá-PR. Bolsista do Programa de Iniciação Científica do Instituto Cesumar de Ciência, Tecnologia e Inovação PIC/ICETI;

2 Orientador, Dr. Professor no Mestrado em Gestão do Conhecimento nas Organizações da UniCesumar,;

3 Professora Co-orientadora no EAD UniCesumar,;

4 Prof. Dr. Co-orientador no Curso Superior de Marketing - EAD na Unicesumar.

RESUMO: O presente estudo se refere sobre a área de pré-vendas, que é a prospecção de novos clientes no mercado atual, sendo ainda um assunto pouco explorado na literatura científica em relação a forma e eficácia de atuação. O objetivo deste estudo é realizar uma pesquisa exploratória qualitativa, com empresas no ramo de tecnologia, localizadas no estado de São Paulo, onde se localiza a central das maiores empresas do ramo, visando coletar dados com as empresas que tenham mais de 150 funcionários, e sendo respondida pelos diretores ou responsáveis da área de pré-venda. Dentro da metodologia, foram utilizados a internet, e-mail e linkedin, sendo o método mais apropriado para a coleta de dados necessária. Esta pesquisa tem como finalidade identificar métodos de pré-vendas, como as empresas trabalham, qual perfil para o cargo, e como utilizar a pré-venda com marketing digital. Espera-se que com este estudo venha aumentar o nível de compreensão e clareza sobre as questões que envolvem e circunscreve as ações de pré-venda, aqui particularmente em relação ao segmento da tecnologia, porém, também pode ser usado para outros segmentos. Hoje a pré-venda é mais comum em empresas de tecnologia, entretanto tende a crescer em todos os segmentos. Colocando em questão o que é necessário para ter bom desempenho, na área da pré-venda, com isso também encontrar a melhor forma de abordar os clientes, e converter mais Leads, em potenciais clientes e tendo assim uma análise ativa mais efetiva. Este projeto foi planejado com o intuito de auxiliar as pessoas que estão entrando na área, esclarecer e direcioná-las em como atuar e, os requisitos para ser um bom pré-vendedor, trazendo todos os termos e métodos que são comuns na área, junto com conteúdo de fácil entendimento e também mostrando a importância da análise ativa, para dar início nesta área e elaborar um processo bem definido.

PALAVRAS-CHAVE: Pré-venda, Marketing Digital, Outbound Marketing, Tecnologia.

