UNIVERSIDADE SANTO AMARO – UNISA

Curso: Tecnologia em Gestão Comercial

Vanessa Rodrigues Tavares – RA 4159705

PROJETO INTEGRADOR EM COMERCIAL

MÓDULO 1

QUALISIGN INFORMÁTICA SA

CAMPUS ADOLFO PINHEIRO – SÃO PAULO

2022

UNIVERSIDADE SANTO AMARO – UNISA

Curso: Tecnologia em Gestão Comercial

Vanessa Rodrigues Tavares - RA 4159705

PROJETO INTEGRADOR EM COMERCIAL

MÓDULO 1

QUALISIGN INFORMÁTICA SA

Trabalho de Projeto Integrador como
conclusão do Curso de Graduação em
Tecnologia em Gestão Comercial.
Área de concentração: Comercial
Orientador: Professor Marcus Vinicius Warlet

CAMPUS ADOLFO PINHEIRO – SÃO PAULO

2022

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO **Pag. 4**

2. HISTÓRICO DA EMPRESA QUALISIGN **Pag. 5**

3. ANÁLISE DA PROBLEMÁTICA **Pag. 6**

4. OBJETIVO **Pag. 7**

5. PROPOSTA **Pag. 7**

6. PROGRAMA **Pag. 7**

6. 1. Serviços no Portal da QualiSign **Pag. 8**

6. 2. Mercado e Consumidor **Pag. 9**

6. 3 - Características da Compra **Pag. 9**

6. 4. Concorrência **Pag. 10**

6. 5 - Gestão do Marketing de Relacionamento

7. BENEFÍCIOS, VANTAGENS E LUCRATIVIDADE **Pag. 14**

8. CRONOGRAMA DE ATIVIDADES **Pag. 15**

9. CONCLUSÃO **Pag. 16**

10. BIBLIOGRAFIA E REFERÊNCIAS DE PESQUISAS **Pag. 17**

ANEXOS **Pag. 18**

1. Introdução

Com o objetivo de se adaptar as constantes mudanças no mercado e no comportamento do consumidor, a área de marketing juntamente com a área comercial necessita de ajustar suas estratégias para manter seus clientes satisfeitos e gerar valor aos seus produtos e serviços.

Uma definição da American Marketing Association (AMA) define a administração de marketing um método de desenhar e executar o entendimento, preço, promoção, produtos e serviços com isso alcançar as metas e objetivos das organizações (KOTLER, 2011)

O marketing de relacionamento é necessário nesse tempo de mudanças no ambiente e para as empresas conhecerem melhor seus clientes, ofertando cada vez mais produtos e serviços personalizados, atendendo individualmente cada clientes e gerando assim novos clientes (BARRETO; CRESCITELLI, 2013).

Relacionamento é criar uma relação de confiança, parceria e integridade, proporcionando uma melhor comunicação, a conhecida propaganda boca-a-boca, onde os clientes expressam a experiencia com os amigos e familiares.

A proposta desse projeto é desenvolver uma estratégia para área de gestão comercial e marketing de relacionamento na empresa QualiSign S.A, após uma constatação de vários problemas no relatados, muitos clientes insatisfeitos, cancelamento de contratos e caindo a cada mês a conquista de novos clientes. A ideia é desenvolver a área de marketing de relacionamento, que não existe na empresa e adquirir sistemas que apoiem de uma forma concisa e adequada a área comercial. Oferecer ao cliente da QualiSign um atendimento personalizado, criando valor e um relacionamento de confiança, gerando satisfação. O cliente satisfeito indica aos seus clientes e fornecedores os serviços da QualiSign, criado dessa forma um relacionamento de alta lucratividade.

A proposta apresentará um sistema de atendimento através do portal Qualisign com parceria a empresa Take Blip com atendimento via chatbot e WhatsApp. Um sistema de CRM que armazena todos os dados, cadastrando automaticamente as informações.

2. Histórico da empresa QualiSign Informática SA

Uma empresa do grupo **QualiSoft** com foco total na oferta de serviços de formalização digital tais como assinatura digital e eletrônica, carimbo de tempo, e-mail com comprovação de entrega, aceite digital e demais serviços correlatos.

Empresa 100% Nacional, com mais de 26 anos de experiencia no mercado corporativo. Especializada em formalização digital. Nossos serviços contam com a garantia e a confiabilidade da AR-QualiSign, Autoridade de Registro vinculada à ICP-Brasil e da ACT-QualiSign, Autoridade Certificadora de Tempo (ACT) homologada pelo Observatório nacional do Brasil (ON), instituição vinculada ao Ministério da Ciência e Tecnologia (MCTI), que emite Carimbos de Tempo sincronizados com a Hora legal Brasileira (HLB).

Além de garantia de seus níveis de serviço a Qualisign está totalmente dedicada desenvolvimento de novas soluções e customizações de forma a entender mais rapidamente e com mais qualidade as demandas de um mercado cada vez mais competitivo.

A QualiSoft foi criada em 1994 para desenvolver soluções para o setor financeiro, tradicionalmente exigente na qualidade dos processos e submetido a uma série de regulações. Com o avanço do setor na direção do uso do internet banking e de sistemas baseados em servidores eletrônicos, a empresa acompanhou a evolução na prestação de serviços. No início do deste século, recebeu da Microsoft uma proposta para desenvolver um sistema de assinatura digital de documentos. Em 2004, o primeiro protótipo estava pronto, enquanto o Banco Central começava a autorizar o uso.

A QualiSoft é uma empresa especializada no desenvolvimento de sistemas e produtos para o processamento seguro de transações eletrônicas, possuindo a mais completa e moderna família de produtos para a automação de canais eletrônicos de atendimento, certificação digital, soluções para empresas de arrendamento mercantil (leasing) e infraestrutura transacional e de segurança.

Atuando em um mercado cada vez mais exigente e competitivo, onde possuir domínio tecnológico e ferramental não são suficientes, a QualiSoft se diferencia por ter pleno domínio dos negócios de seus clientes, transformando ideia e tecnologia em soluções de negócio que se traduzem em ganhos de qualidade, produtividade, segurança e mercado para seus clientes.

3. Análise da Problemática

Podemos observar na área comercial dentro da empresa QualiSign, um problema no pós-vendas, no relacionamento com os clientes adquiridos pelo setor comercial.

As empresas que contratam os serviços da QualiSign, são as que necessitam assinar contratos virtualmente, que com o inicio da pandemia, ouve um crescimento de 50% nas vendas dos serviços prestados através do portal de assinaturas. Esses clientes contratam o serviço, são treinados para o manuseio do portal, cadastram seus representantes e empresas de relacionamento, utilizam o portal conforme sua necessidade e existindo algum problema acionam o suporte técnico. O maior problema nesse processo está na comunicação com esses clientes após a venda realizada, não existe uma área de relacionamento, e a comunicação com esses clientes fica confusa, a maioria não sabe onde precisa ligar para solicitar uma fatura, ou qual gerente comercial é responsável por sua empresa.

Foi observado vários pedidos de cancelamento que foram enviadas para áreas de suporte técnico e outras áreas, demostrando essa falta relacionamento da área comercial com clientes. As conquistas de novos clientes também começaram a ter uma queda de 10% mesmo mediante ao crescimento do setor de assinatura de documentos eletrônicos e certificados digitais.

Muitos clientes tiveram uma queda na volumetria no portal de assinaturas, devida a contratação de empresas concorrentes, por causa da falta de envolvimento da área comercial.

O portal de assinatura da QualiSign foi reformulado recentemente e seu link de acesso foi alterado, os clientes foram comunicados através de um e-mail, muitos não leram o comunicado e reclamaram da falta de envolvimento e relacionamento com os clientes.

Muitas reclamações de clientes que os números de telefone não atendem e com problemas de acesso ao portal, não conseguiam assinar seus documentos, gerando insatisfação e uma experiencia muito ruim.

A área comercial é bem estruturada com ótimos vendedores, mas os mesmos, devido a demanda de atendimento não conseguem dar conta do pós-vendas e não existe uma equipe de relacionamento.

4. Objetivo

O objetivo é desenvolver a área de marketing de relacionamento e a implantação de sistemas de apoio a área comercial.

Como prestadora de serviços de assinatura digital, a QualiSign tem um grande potencial de crescimento de vendas e utilização dos serviços prestados devido as mudanças do mercado atual, e o aumento da concorrência nesse setor, a área comercial precisa ter uma estrutura para atender e se relacionar com os clientes que estão o tempo todo usando os seus serviços e pagam mensalmente por isso**.** É preciso entender a necessidade de cada cliente e ter uma comunicação adequada, um pós-venda para fidelizar esses clientes.

A utilização de sistemas modernos e adequados como o CRM e sistema de atendimento inteligente via WhatsApp para o melhor atendimento aos clientes, visando o aumento da lucratividade e o faturamento da empresa.

Ter clientes mais satisfeitos que indicam os serviços da QualiSign para seus clientes e fornecedores. Ter uma boa gestão de relacionamento com o cliente é uma ferramenta que busca criar valor pela maior proximidade com o cliente, tornando a oferta adequada de modo que ele prefira manter-se fiel à empresa a arriscar um novo relacionamento comercial (ZENONE, 2017).

5. Proposta

Criação de uma área de marketing de relacionamento para melhoria na comunicação com os clientes e implantação de sistemas de CRM para apoio a área comercial.

6. Programa

O relacionamento com os clientes precisa ser transformado conforme a necessidade do mercado, podemos entender que é mais complexo adquirir novos clientes e mais fácil conhecer melhor os seus clientes e se adaptar a suas necessidades particulares e gerar ainda mais valor nessa relação (BARRETO; CRESCITELLI, 2013).

As pessoas não querem somente comprar um produto ou serviço, elas querem ser bem atendidas no durante e no pós venda, manter uma relação de confiança, querem criar vínculo com a marca e as pessoas que representam essa marca, ou seja, o comportamento do consumir

vem mudando conforme os tempos, suas necessidades e expectativas são muito diferentes conforme os anos.

“Sabe quem é o melhor vendedor do mundo? O cliente satisfeito, ele vende sua empresa, marca, produto e não cobra comissão” – Na frese de Roger Stankewski, palestrante e CEO do FagnaniGroup explica simplificadamente a importância desse relacionamento com o cliente e o retorno valoroso que as empresas podem ter com essa relação estruturada e bem administrada.

Segundo Barreto e Crescitelli (2013) Quando criamos um bom relacionamento com o cliente e nos esforçamos a atender as suas necessidades, o mesmo não vai querer buscar em empresas concorrentes, pois é bem atendido. Geramos valor nessa intimidade com o cliente, conservando esse relacionamento. A boa gestão desse relacionamento contribui para o crescimento da marca e fidelização de clientes comprometidos e defensores desse vinculo criado.

6. 1. Serviços no Portal da QualiSign

Contratos eletrônico: A empresa se cadastra no portal da QualiSign, faz upload do seu contrato, seleciona as partes que irão assiná-lo ou acompanhá-lo e cria uma sequência de assinaturas A partir daí o portal QualiSign cuida da formalização do contrato, envia e-mails, solicita e coleta as assinaturas de todas as partes envolvidas.

Gestão de documentos: Disponibilidade para consultas com filtros, assinatura em lote, acompanhamento, recuperação e histórico das ações para controle e atendimento a auditorias.

E-mail Válido: Serviço de notificação eletrônica que tem a mesma equivalência de uma carta registrada com aviso de recebimento. As evidências de entrega e interações do e-mail são registradas no portal formando um dossiê.

Aceite Digital: Serviço que permite formalizar, por meio de um simples “clique”, o aceite das condições descritas em um documento eletrônico.

Certificado Digital: O Certificado Digital se trata da identidade eletrônica de pessoas físicas e jurídicas autenticada e criptografada. Com o Certificado Digital é possível realizar diversas transações eletrônicas de maneira segura, além de assinaturas digitais com validade jurídica inquestionável.

6. 2. Mercado e Consumidor

Com a pandemia, o mercado de formalização de documentos com assinatura digital e eletrônica cresceu. De acordo com a ANCD (Associação Nacional de Certificação Digital), em 2022, até abril, a ICP-Brasil atingiu a marca de 10.819.533 de certificados digitais ativos. Em março houve um recorde, onde a emissão de certificados atingiu o número de 699.328 (aumento de 16% comparando com março de 2021).

Com esses números podemos entender a importância desse mercado e seu avanço.

Conforme o blog no portal da Qualisign mais recentemente, a pandemia acelerou a busca pela formalização digital de processos, e a QualiSign, que desde sua fundação, em 2014, já vinha crescendo em taxas anuais sempre acima de 20%, experimentou um salto de 50% em 2020 e mais 40% em 2021. A empresa é uma Autoridade de Carimbo de Tempo (ACT), credenciada junto ao Observatório Nacional (ON), que é o órgão responsável pela Hora Legal Brasileira (HLB) e autoridade de Registro (AR) para emissão de certificados digitais.

"Em paralelo ao aumento da procura por soluções digitais, num cenário de transferência das atividades de gestão para o home office, entrou em implementação a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), que reforça as obrigações das empresas em relação ao tratamento dos dados dos clientes", explica **Waldemar Felippe**, CEO da QualiSign – cuja trajetória remonta a 27 anos atrás, com a criação da QualiSoft.

Assinatura digital de documentos aumenta eficiência e sustentabilidade nas empresas - Blog QualiSign Qualisign

6. 3. Características da compra

A assinatura digital e a assinatura eletrônica são métodos atuais no dia-a-dia de muitas empresas de vários segmentos e de pessoas físicas também.

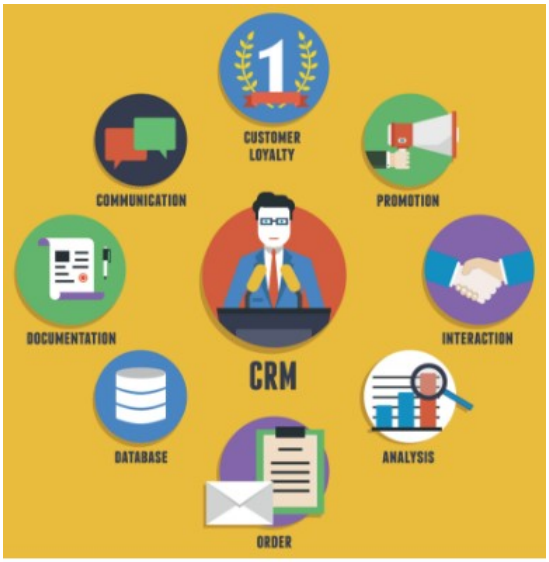
Conforme o portal da QualiSign os certificados digitais ativos, segundo a ITI, atualmente, aproximadamente 5.521.121 são de pessoas jurídicas. Por outro lado, 5.210.531 são de pessoas físicas, enquanto 87.881 são de equipamentos.

6. 4. Concorrência

A DocuSign, Inc. é uma empresa americana com sede em San Francisco, Califórnia, e a maior concorrente da QualiSign. Seus preços se serviços são praticados com muita similaridade. A diferenciação da QualiSign perante a DocuSign é sobre a gestão de documentos em nuvem. Os documentos da QualiSign são armazenados em território nacional, gerando mais agilidade nos processos jurídicos, ao contrário da multinacional DocuSign que esse processo é mais lento e regido por leis internacionais.

6. 5. Gestão do marketing de relacionamento

Segundo Barnes (2002) os profissionais de marketing perceberam a importância da utilização da tecnologia para o desenvolvimento do relacionamento com os clientes, e o entendimento do real valor do cliente, a importância de conhecer bem o cliente. A utilização dos sistemas de informação agiliza esse processo. Cravens e Piercy (2007) destacam a estratégia do CRM para melhorar o atendimento ao cliente obtendo todos os seus dados armazenados. Os vendedores podem com essas informações, oferecer serviços e produtos mais apropriados, atendendo de forma exclusiva e personalizada.



Segundo Marcelo Toledo, Empreendedor, engenheiro de software, Fundador e co-CEO da Klivo, uma startup focada no segmento Healthtech, é necessário investir no CRM criando campanhas de relacionamento com a base de dados do CRM, identificar os clientes mais rentáveis, determinar fluxo de ações e criar oportunidade para receber feedbacks.

Para Kotler e Armstrong (2007) a gestão de relacionamento não é apenas cadastrar os dados, é manter relacionamento visando lucratividade e satisfação do cliente.

A importância do relacionamento com os clientes da empresa Qualisign é do início ao fim, pois os clientes decidem pela contratação da Qualisign depois de um processo demorado de análise da confiabilidade jurídica do portal de assinaturas e após a assinatura do contrato o cliente se mantem ativo no portal, faz treinamentos para o manuseio do mesmo e precisa de todo apoio em cada processo, seja para inserir um documento no portal, como extrair um relatório específico ou solicitar sua fatura para pagamento.

Com o avanço do segmento no mercado, muitas empresas surgiram e a concorrência está cada vez mais pronta a atender e oferecer seus serviços. Muitas empresas possuem mais de um portal contratado e a possibilidade da queda da volumetria de utilização do portal cair é eminente.

Temos uma concorrente muito forte no mercado que é a multinacional DocuSign e outras nacionais, mas o diferencial da QualiSign é a confiabilidade jurídica e a gestão de contratos, os documentos são aguardados em datacenters em território nacional.

A QualiSign tem uma área de marketing bastante estratégica, realizando divulgação contínua através de webinars, lives e e-mails marketing, mas a área de relacionamento não foi desenvolvida, e com o aumento da demanda, existe a necessidade de potencializar o estimulo a utilização do portal pelo o cliente.

Análise Swot

	Ajuda	Atrapalha
interno	Bons vendedores	Não há relacionamento com os clientes
externo	Demanda crescente	Concorrentes preparados

Foi identificado através de relatórios de volumetria dos clientes, queda de utilização acima de 60% e muitos estavam solicitando o cancelamento do contrato.

A proposta é a criação de uma área de relacionamento que apoiará os gerentes comerciais no pré-venda e pós-venda, contratando pessoas com perfil comercial e atendimento ao cliente.

Após um período de treinamento, esses novos funcionários farão prospecção para abertura de novos clientes, entrarão em contato com os clientes para manter o relacionamento com eles, acompanharão todo o processo de atendimento desse cliente do inicio ao fim, para no termino do processo o cliente entenda que a área de relacionamento acompanha para garantir que ele seja bem atendido e no tempo adequado.

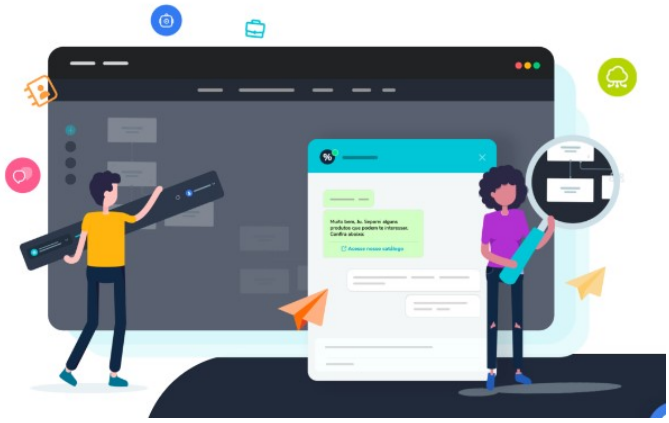
O projeto é implementar um sistema de atendimento conforme a necessidade do cliente, através do canal que ele quer se comunicar com a empresa. O WhatsApp é uma ferramenta muito utilizada e de mais fácil acesso. Em parceria com uma empresa especializada, a Take Blip, vamos desenvolver um atendimento inteligente via WhatsApp, para dar uma experiência de relacionamento muito mais interessante e acessível aos nossos clientes. O foco é otimizar o atendimento e redirecionar as demandas para cada área responsável, agilizando a resposta ao cliente. Dessa forma vamos ter uma maior agilidade no atendimento. Com o sistema é possível atenderem em média até 6 clientes ao mesmo tempo e sem deixa-lo em espera.

Cada vez que um cliente entrar em contato com a QualiSign no portal através do WhatsApp, autorizando o cadastro dos seus dados conforme a LGPD - Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, Lei nº 13.709/2018, seus dados são automaticamente inseridos ao sistema CRM através do seu e-mail, suas solicitações são armazenadas e redirecionadas a área responsável.

O cliente terá um atendimento personalizado e todo seu atendimento será monitorado, gerando mais satisfação dos nossos clientes.

Um exemplo é quando um cliente não está conseguindo acesso ao portal através do seu certificado digital, solicita suporte através do WhatsApp, sua solicitação é redirecionada para área, o primeiro atendimento é pela inteligência artificial, após as confirmações e autorizações

dos dados, a área responsável recebe a solicitação e já inicia o atendimento solucionando o problema.



A proposta é otimizar o tempo de atendimento atendimento e aumenta a conversão dos negócios atarves do chatbot. Serão criados fluxos de conversas integrando com o sistema de CRM e tendo gestão completa das tarefas.

O gestor comercial irá controlar as atividades no processo de atendimento aos clientes e relatórios serão criados para levantamento dos resultados obtidos pelo meio da métrica de atendimento geradas pelo sistema.

Os clientes utilizam o portal de assinaturas QualiSign e é necessário o conhecimento do passo a passo do manuseio do portal. A área de relacionamento entrará em contato para oferecer treinamento para que os usuários cadastrados saibam utilizar bem o portal e assim crescer a volumetria dos contratos assinados pelos clientes.

A intenção dessa proposta é manter nossos clientes satisfeitos em todos os âmbitos e que eles mantenham as assinaturas dos contratos no nosso portal.

Essa proposta é para melhorar o processo de comunicação continuamente.

7. Benefícios, vantagens e lucratividade

Os clientes vão deixar de esperar muito tempo para a solução dos problemas referentes ao acesso portal, passando para um atendimento mais rápido. Muitas vezes o problema é muito simples e os clientes sendo prontamente atendidos terão uma ótima experiencia em saber manusear o portal e serem bem atendidos.

Os vendedores estarão focados nas negociações das propostas e reuniões de apresentação da empresa, enquanto a área de relacionamento, estará com foco no nas necessidades dos clientes e entender a cada empresa e entregar um atendimento personalizado, direcionando suas demandas.

Com esse pronto atendimento e a área de relacionamento sempre em contato oferecendo treinamentos a usabilidade do portal terá um crescimento expressivo gerando lucratividade a empresa Qualisign.

A maioria das pessoas preferem o atendimento via WhatsApp, e integrar os serviços da Qualisign com o app acarreta inovação e facilidade. Será possível os gestores acompanhar cada atendimento, levantar por exemplo quais foram as solicitações em um período de um determinado cliente, entender o quadro atual, pontuar mais facilmente os pontos fracos e fortes.

As empresas terão mais fácil acesso para conhecer os serviços da Qualisign e solicitar uma proposta, será mais rapidamente atendido pelo especialista e receber mais agilmente os valores.

Bom atendimento no pré-venda e pós-venda, aumentando o faturamento da empresa, entregando um atendimento personalizado conforme a necessidade do cliente, gerando valor a serviço prestado, solidificando a marca da empresa e gerando clientes fiéis que indicam aos seus clientes e fornecedores.

A QualiSign fidelizará seus clientes. O relacionamento com o cliente será mais responsável e dinâmico. As vantagens são enormes, pois a empresa terá uma nova cultura e vai entender cada vez melhor seus clientes.

8. Cronograma de Atividades

Cronograma de Atividades	Mês 1	Mês 2	Mês 3	Mês 4	Total CH
Orientação do Projeto Integrador	**6h**				**6h**
Pesquisa de Empresas	**6h**				**6h**
Abordagem em Empresa	**4h**				**4h**
Coleta de Dados e Informações		**5h**			**5h**
Análise de Dados e Informações		**6h**			**6h**
Consolidação dos Resultados		**5h**			**5h**
Apresentação Escrita da Pesquisa			**5h**		**5h**
Apresentação Gráfica da Pesquisa			**6h**		**6h**
Conclusões			**1h**		**1h**
Formatação do Trabalho				**3h**	**3h**
Preparação para Entrega				**2h**	**2h**
Preenchimento da Ficha de Identificação				**1h**	**1h**
Entrega do Projeto Integrador				**x**	**-**
Total de Horas Destinadas ao Projeto	**16h**	**16h**	**22h**	**6h**	**50h**

9. Conclusão

Após a identificação do problema na área comercial da empresa QualiSign S.A, foi constatado a falta de relacionamento com os clientes, não existia um pós-venda com fidelização dos clientes, os mesmos estavam cancelando seus contratos e as vendas caindo mesmo em um período de crescimento do setor de assinaturas eletrônicas e certificados digitais. Foi proposto e implementado a área de marketing de relacionamento e um sistema de atendimento.

Foram contratadas pessoas para trabalharem no pré-venda e pós-vendas, mantendo o relacionamento com os clientes em toda a fase do ciclo de vida do cliente na empresa QualiSign.

Implementamos um sistema de atendimento CRM mais robusto e adequado, atendimento em parceria com a empresa Take Blip, os contatos são feitos através do WhatsApp via portal, gerando um cadastro automático no sistema. Os dados dos clientes são armazenados e consultados pelos vendedores poderem atender de uma forma mais personalizada.

O sistema mensura todas as tarefas e gera relatórios para acompanhamento dos gestores.

Os benefícios foram observados rapidamente com o crescimento na volumetria de utilização do portal de assinaturas, retenção dos cancelamentos, os clientes mais satisfeitos com o proatividade nos retornos das solicitações e o crescimento nas indicações dos clientes.

10. Bibliografia e referências de pesquisas

KOTLER, Philip. Administração de marketing: Análise, Planejamento, Implementação e Controle. -5.ed.- São Paulo: Atlas, 2011

BARRETO, Iná Futino; CRESCITELLI, Edson. Marketing de relacionamento: como implantar e avaliar resultado. -1ª ed.- São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2013.

ZENONE, Luiz Claudio. Fundamentos de Marketing de Relacionamento, Fidelização de Clientes e pós-venda -2. ed.- São Paulo: Atlas, 2017

CRAVENS, D. W. , PIERCY, N. Marketing Estratégico. São Paulo: McGrawHill, 2007

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. Princípios de marketing. -12.ed.- São Paulo: Pearson, 2007.

https://www.documentoeletronico.com.br/quemsomos

Por QualiSign em 07/06/2022 disponível em https://blog.qualisign.com.br/mercado-de-certificacao-digital-e-assinatura-digital-numeros-e-perspectivas/ Acesso em 13/06/2022

Por QualiSign em 25/05/2022, disponível em https://valor.globo.com/conteudo-de-marca/qualisign/noticia/2022/05/25/assinatura-digital-de-documentos-aumenta-eficiencia-e-sustentabilidade-nas-empresas.ghtml Acesso em 13/06/2022

TOLEDO, Marcelo. Marketing de Relacionamento, postado em 2016, disponível em http://marcelotoledo.com/marketing-de-relacionamento-aumentar-receita-recorrente/ Acesso em 13/06/2022.

https://www.take.net/blip/

ANEXOS

Tabela Análise de Swot

Imagens ilustrativas de https://www.take.net/blip/