

## O MARKETING CONTÁBIL E PESSOAL

Débora Kanashiro SONVENSO<sup>1</sup>  
Gilson Rodrigo Silvério POLIDORIO<sup>2</sup>

Durante muito tempo os escritórios de contabilidade tiveram que conviver com o estereótipo de guarda-livros que tinha apenas, por exemplo, a serventia de elaborar documentos que a maioria dos clientes não sabia interpretar. Mas este perfil imposto está sendo quebrado de maneira a revelar a importância do contador para pequenas e grandes empresas, principalmente em momentos de tomada de decisões onde os relatórios contábeis poderiam ser a sua base de apoio ao invés de empregar a elaboração de possíveis cenários com bases empíricas, onde a sua utilização torna menor a eficácia do planejamento em relação aos determinados junto aos arquivos contábeis de períodos passados. No entanto para que uma empresa deposite toda a sua confiança nos escritórios, é necessário que estes estejam dentro de determinado perfil de eficiência exigido por cada empresa e este sendo definido por meio de processos de trabalho e ética até questões sustentáveis. Os tomadores de serviços que pretendem encontrar o prestador que melhor lhe agrade para a realização de suas necessidades e desejos, atualmente podem usufruir de uma prática que tem se tornado cada dia mais comum nos escritórios: o Marketing Contábil, onde se aplica as ferramentas do marketing na área contábil, sendo a Internet uma das mais utilizadas, pois nela divulgam-se os seus valores e missões, formas de tratamento de dados empresariais e relacionamento destas práticas com o chamado tripé sustentável (social, ambiental e lucrativo), com o intuito de facilitar a visão do estilo de trabalho oferecido, mas sempre com foco na demonstração das soluções disponíveis para os clientes. Outro ponto que se enfatiza é a preocupação dos escritórios em relação aos seus funcionários, não só relacionado com o bem estar no ambiente de trabalho (por meio de motivações, internas e externas, e satisfação de necessidades, primárias e secundárias, por exemplo), mas também com seu comportamento diante dos clientes e ao realizar o Marketing Pessoal. Estas preocupações são de grande importância para o desenvolvimento de toda empresa ou instituição, no entanto principalmente a última pode ter grande influência sobre a conclusão elaborada pelos clientes em relação ao local de trabalho e suas intenções éticas, pois o profissional reflete o escritório a cada atendimento ou visita realizada. Portanto questões como a maneira de se vestir, comportar e relacionar fora do ambiente de trabalho, que muitas vezes tidas como irrelevantes e que fazem parte do Marketing Pessoal, atualmente pode se tornar um ótimo artifício para o sucesso da empresa, pois de acordo com o desempenho de seus funcionários estará consequentemente conquistando novos clientes e reconquistando os atuais.

**Palavras-chave:** Escritórios de Contabilidade. Marketing Contábil. Marketing Pessoal.

---

<sup>1</sup> Discente do 2º termo do curso de Ciências Contábeis das Faculdades Integradas “Antônio Eufrásio de Toledo” de Presidente Prudente. E-mail: deborak@unitoledo.br

<sup>2</sup> Docente dos cursos de Administração, Ciências Contábeis, Sistemas de Informação, Tecnologia em Gestão Financeira e Tecnologia em Marketing das Faculdades Integradas “Antônio Eufrásio de Toledo” de Presidente Prudente. Mestre em Administração de Empresas pela Fundação Getúlio Vargas de São Paulo. E-mail: gilson-rodrigo@unitoledo.br. Orientador do trabalho.