A atuação da empresa do ponto de vista da comunicação é adequada e satisfatória, visto que atende um público bastante específico, que possui características muito particulares, tratando-se na sua grande maioria de mulheres, classe média e média alta, o que sugere razoável poder aquisitivo e boa formação, fazendo com que a comunicação institucional e o foco no relacionamento direto seja a melhor alternativa de suporte e sustentação de vendas.

O fato de a empresa valorizar seu quadro de colaboradores, resultando no alto nível de satisfação pessoal e profissional, conduz a um elevado grau de comprometimento com os resultados do negócio, bem como com a satisfação e fidelização dos clientes. O grande portfólio de produtos e serviços também é fator preponderante no sucesso do empreendimento, uma vez que os clientes encontram, na rede de lojas, o conforto e a praticidade da compra.

A comunicação mercadológica garante a sustentação do negócio e fomenta o incremento de vendas em períodos específicos, através de uma comunicação mais direta e com maior alcance junto ao seu público de interesse.

Em relação a comunicação oral e interpessoal, pode-se inferir que este quesito esteja internalizado no grupo de vendedores, visto que consegue fidelizar e encantar seus clientes, o que demonstra o alto grau de comprometimento com os resultados desejados. Somente profissionais com boa comunicação oral e interpessoal poderiam alcançar tais resultados, garantindo que a organização continue a ser positiva e assertiva em seu universo de atuação.

No que diz respeito ao uso das redes sociais e ao ambiente digital, a estratégia mostra-se adequada e eficiente, uma vez que o serviço e os produtos oferecidos estão direcionados a um perfil de cliente que se utiliza desses canais de comunicação, nos seus relacionamentos pessoais e, também, na pesquisa para compras de bens e serviços. Além dos fatores de incentivo à aquisição dos bens oferecidos, o cliente deste segmento utiliza a tecnologia para a pesquisa de mercado na escolha das melhores lojas do segmento, além de valorizar a indicação de outros usuários, assim como da sua avaliação sobre os serviços ofertados. Diante da análise apresentada pode-se afirmar que a estratégia de comunicação e relacionamento utilizada pela empresa é adequada, o que garantirá sua permanência no mercado, com alto grau de reforço na sua imagem e reputação ao longo do tempo.