

A FIDELIZAÇÃO DE CLIENTES

Ana Carolina da Costa SILVA¹, Pedro Carlos F. SANTOS²,

¹*Estudante de administração – Administração/UninCor – e-mail: karollina.costa@yahoo.com.br*

²*Orientador e Professor do Curso Administração – Administração/UninCor – e-mail:*

prof.pedro.santos@unincor.edu.br

Palavras-Chave: Fidelização, Clientes, Marketing, Vendas

RESUMO

Este trabalho pretende mostrar que o atendimento ao cliente pode ser um importante instrumento de diferenciação. A loja tem que estar ciente e comprometida com a visão de excelência no atendimento. Conseguir deixar o cliente encantado, fazer com que o mesmo tenha suas expectativas superadas que ele sinta uma vontade quase que incontrolada de utilizar o produto ou serviço. Entendendo isso toda loja deve primar por transformar em prática diária e regular todos os valores da organização que garanta que o cliente sinta-se numa posição especial e diferenciada. O objetivo é sempre exceder as expectativas dos clientes. Ao agir assim, a loja tentará de cada um dos seus clientes como se fosse o único, e cuidará de cada aspecto do atendimento como se fosse o mais importante. E para conquistar o cliente será necessário conhecer as suas necessidades, identificar quais produtos que agrada o cliente e oferecer um atendimento fantástico. E tornar o cliente fiel. Para desenvolver o estudo foi utilizada uma metodologia de pesquisa descritiva, que teve como instrumento de coleta de dados um questionário direcionado para os clientes da empresa. A partir dos dados coletados foi possível identificar que os consumidores estão satisfeitos com o atendimento, produtos e preços da empresa. As expectativas dos consumidores são influenciadas pela experiência anterior de compra, recomendação de amigos e colegas, informações e promessas das empresas e dos concorrentes. Desta forma, se as empresas criam expectativas muito altas, é provável que o comprador fique desapontado. Assim, para poder aumentar tais expectativas, as empresas terão de aumentar suas condições de atendimento. É necessário criar uma cultura empresarial em que todas as pessoas da empresa estejam dispostas a encontrar o consumidor, o que é um verdadeiro desafio.