

A IMPORTÂNCIA DO PÓS VENDA NA FIDELIZAÇÃO DE CLIENTES EM UMA CONCESSIONÁRIA DE VEÍCULOS

Roberto Reis FERREIRA¹, Sheldon William SILVA²,

¹Estudante de Administração – Incoa/UninCor – e-mail: robertogiovane@yahoo.com.br

²Orientador e Professor do Curso de Administração – Incoa/UninCor – e-mail : prof.sheldon.william@unincor.edu.br

Palavras-Chave: Pós-venda, Serviços, Clientes, Fidelização.

RESUMO

No atual cenário de competitividade empresarial e busca acirrada pela manutenção de clientes e penetração em novos mercados, estudos relatam que é de conhecimento dos consumidores que o fator pós-venda de uma empresa é a base para um longo relacionamento com o cliente. Treinar adequadamente o quadro de colaboradores se faz imprescindível, além da necessidade de dar-lhes autonomia para resolverem de imediato as necessidades do cliente, minimizando assim custos futuros. A pesquisa em tratamento visa investigar as características da atividade de pós-venda nas organizações, em especial da empresa Minasmáquinas S.A Concessionária Mercedes Benz, organização a ser pesquisada. O propósito é aplicar o conteúdo estudado na gestão deste empreendimento dando ênfase no pós-venda. De acordo com alguns estudiosos, o serviço de pós-venda é reconhecido como parte integrante da empresa, cria valor econômico e representa a maior oportunidade de margem de lucro. É ainda, um excelente mecanismo pra reunir informações sobre o cliente e acompanhar o desempenho dos produtos. Os consumidores estão mais exigentes e o pós-venda é uma forma de atender as suas necessidades. As empresas precisam conscientizar que investir em soluções de pós-venda traz resultados benéficos, maior fidelização, retenção, diminuição na inadimplência, redução do custo de venda, elevação dos lucros e melhor investimentos de marketing. O objetivo deste projeto é investigar como o pós-venda pode favorecer a organização, gerando benefícios e se pode ser associado como um dos maiores diferenciais que podem ser oferecidos ao cliente. Um pós-venda bem realizado é sinal de compromisso, respeito e profissionalismo, se tornando atualmente, um dos pilares que sustentam o setor de serviços da organização a ser pesquisada. Pretende-se com esse estudo, levantar dados que proporcionem verificar a importância do pós venda na fidelização dos clientes da empresa e as vantagens e limitações em sua gestão.