

8. Marketing de Relacionamento

Seja bem-vindo a mais uma aula de nosso curso de Técnicas de Vendas

Nesta e na próxima aula abordaremos uma ferramenta que é de vital importância para o vendedor, e que pode ser muito útil para a manutenção e fidelização de seus clientes.



É claro que esta é uma área cuja implantação envolve muito a parte administrativa da empresa, e não depende somente da ação de um vendedor.

Mas é importante inclusive para o vendedor conhecer o ambiente de mercado e até para saber as possibilidades e os planejamentos de sua carreira

Afinal, quanto mais ferramentas a empresa forneça ao vendedor, mais possibilidades existem de crescimento profissional e chances de se obter sucesso e atingir determinadas metas.

Quando estamos procurando um emprego, nem sempre estamos em uma situação onde devemos aceitar qualquer oportunidade que apareça.

Evidentemente, há situações em que a urgência em se obter um trabalho, nos faz aceitar opções que não sejam necessariamente aquelas que gostaríamos.

Até pelo fato de que, em determinadas condições e circunstâncias da economia de um país, mesmo estas opções indesejáveis podem se tornar escassas.

Mas se houver possibilidade de se fazer uma avaliação melhor das oportunidades, o profissional deve sempre buscar além de uma colocação no mercado de trabalho, um local onde ele possa crescer, ser valorizado e que lhe dê ferramentas para desempenhar suas habilidades da melhor forma

Lembramos que não é só a empresa que faz uma seleção para recrutar funcionários. O próprio trabalhador também deve estar no papel de avaliador, para analisar as suas possibilidades.



Também devemos pensar na possibilidade de um vendedor, mesmo já estando empregado em uma empresa, colaborar para o aperfeiçoamento de planos e estudos que colaborem com o crescimento não só dele como profissional, mas de toda a empresa.

Afinal, vestir a camisa é mais do que simplesmente agradar um patrão. É ser comprometido com aquilo que faz, direcionando o máximo esforço para que sua função seja um dos alicerces de uma empresa.

Quanto mais uma empresa cresça, melhor será para um funcionário. Sobretudo aquele que demonstra atitude, valor e comprometimento. Certamente ele crescerá junto.

E do outro lado, o que os empresários e empreendedores pensam à respeito?

É cada vez maior o número de empresários que se atentam para a importância do Marketing para suas empresas conquistarem cada vez mais espaço em um mercado competitivo.

A concorrência entre empresas de um mesmo setor é cada vez maior, com os mesmos produtos e serviços oferecidos por muitas empresas.

Considerando esse mercado, conquistar o cliente de forma que este seja fiel ao seu produto ou serviço se torna um grande desafio. E para auxiliar as empresas nessa luta por espaço no mercado, temos o Marketing e suas ferramentas.

8.1. Mas o que é o marketing?

O Marketing é uma ferramenta que visa criar um elo de comunicação das empresas com os seus clientes e até mesmo os seus potenciais clientes, criando ações com o objetivo de aumentar as vendas e por consequência o lucro.



No entanto, além de potencializar as vendas, é necessário criar uma fidelização de clientes para que eles permaneçam adquirindo os produtos e serviços ofertados pela empresa, criando esse mecanismo de comunicação com o cliente para saber o grau de satisfação e se ele está disposto a adquirir novamente o que você oferece.

O Marketing acaba sendo uma ferramenta para a continuidade e para o crescimento da empresa, pois através dele o relacionamento com os clientes e potenciais clientes é realizado, garantindo que a empresa se torne sustentável e se mantenha por muitos anos ativa no mercado.

8.2. O que é Marketing de Relacionamento?

De acordo com os especialistas, o marketing de relacionamento nada mais é que todas as ações tomadas pela empresa como forma de criar e manter um relacionamento positivo com os seus clientes. A empresa oferece benefícios para garantir a fidelidade dos seus clientes.

O grande objetivo do marketing de relacionamento é fazer com que os clientes se tornem fãs dos produtos e serviços prestados pela empresa.



8.3. Como implantar o Marketing de Relacionamento na sua empresa?

Para a empresa criar um plano de marketing de relacionamento, ela precisa implantar a cultura de fidelização dos clientes junto aos seus colaboradores, pois a relação entre a empresa e o cliente já se inicia no primeiro contato do cliente com a empresa (exemplo; uma ligação para obter informações).

Por isso, desde o primeiro momento, a empresa precisa ter um sistema de atendimento que cativa e conquiste o seu cliente, de forma

que a relação seja concluída com a venda do produto ou serviço e se estenda para outras operações de vendas.

Para que a empresa logre êxito e tenha sucesso com o seu plano de Marketing de Relacionamento é importante que os clientes falem de seus produtos e serviços de maneira positiva, mostrando a importância de tê-los na sua vida.

Isto é, os seus clientes irão se tornar uma de suas formas de propaganda, estimulando novas pessoas a adquirirem os seus produtos e serviços, pois eles se tornarão fãs da marca e propagarão de forma gratuita o retorno que seus produtos e serviços trazem para eles.

Para que a empresa crie e implante um Marketing de Relacionamento positivo e que gere frutos é importante que ela tenha todas as suas ações direcionadas para os seus clientes, fazendo com que eles se sintam a peça mais importante dessa relação comercial, pois os clientes são a fonte de receitas que mantêm a empresa.



Para estreitar os laços e as relações com os clientes, as empresas devem utilizar de todos os meios possíveis para manter um relacionamento direto com o seu público: redes sociais (Facebook, Twitter e etc.), marketing de conteúdo e etc.

A empresa precisa buscar personalizar as experiências com os seus clientes.

8.4. A Importância de Identificar os Clientes

Para que o Marketing de Relacionamento gere frutos é de grande importância que a empresa procure construir um banco de dados que permaneça sempre atualizado com os dados dos seus clientes.

É através do banco de dados que a empresa vai criar as campanhas e investir em formas de gerar a fidelização dos seus clientes.

Outro aspecto importante é identificar os clientes que realizam compras com maior frequência e aqueles clientes cujas operações possuem grande relevância no faturamento da empresa.

Esses clientes devem ter tratamento diferenciado, sendo realizado um acompanhamento personalizado de forma que a empresa realize todos os esforços para estreitar a sua relação com esses clientes.

Fazendo esse trabalho de identificação dos seus clientes, a empresa dará início ao processo de marketing de relacionamento com o seu público-alvo.



Através deste trabalho de identificação do cliente, a empresa pode criar o seu plano de Marketing de relacionamento. Como por exemplo:

- Entrar em contato com o cliente informando de ofertas de produtos
- Parabenizar o cliente em datas especiais de sua vida (exemplo: aniversário);
- Realizar pesquisa de satisfação com os clientes quanto a produtos e serviços fornecidos;

- Programa de bonificações através de planos de fidelidade;

O sucesso de um plano de marketing de relacionamento de uma empresa está diretamente ligado a quanto a empresa conseguiu se aproximar do seu cliente, de forma a compreender as necessidades e desejos da clientela,

Fazendo isso, ela irá conseguir potencializar o aumento das suas vendas e o reconhecimento da marca por parte do mercado consumidor e dos próprios concorrentes.

Com o plano de marketing de relacionamento logrando êxito, a empresa conseguirá ter um feedback do público, descobrindo se está havendo satisfação ou não com relação aos produtos e serviços prestados e disponibilizados ao mercado.

Bom, vamos encerrando o assunto por esta aula

Na próxima aula iremos abordar outros aspectos do Marketing de Relacionamento

Iremos falar sobre Fidelização e Atendimento ao cliente

E também passaremos algumas dicas muito úteis.

Bom, com isso chegamos ao final de mais uma aula de nosso curso de Técnicas de Vendas

Agora é com você. Faça seus exercícios para afixar melhor o conteúdo visto nesta aula

Até a próxima!

EXERCÍCIOS

(Abra o Microsoft Word, crie um novo arquivo com o nome de "Exercícios 8 de Técnicas de Vendas", e utilize ele para escrever as suas respostas, e no final, salve o arquivo em sua pasta – se precisar de alguma orientação quanto a isto, converse com seu instrutor)

- 1) O que é Marketing?**
- 2) O que é Marketing de Relacionamento?**
- 3) Se houver possibilidades, o que o profissional deve buscar no mercado de trabalho?**
- 4) O que os empresários pensam em relação ao marketing?**
- 5) O que a empresa deve ter, desde o primeiro momento, para implantar um Marketing de Relacionamento?**
- 6) O que a empresa pode usar para estreitar os laços de relacionamento com o cliente?**
- 7) O que a empresa deve construir para ajudar na identificação de seus clientes?**
- 8) Cite duas estratégias de um plano de Marketing de Relacionamento**
- 9) Para que serve o feedback do cliente?**
- 10) Qual a consequência do sucesso de um Plano de Marketing de Relacionamento?**



CLIQUE AQUI
PARA CONCLUIR