

Do namoro ao Casamento:

Como Fidelizar o cliente e
aumentar suas vendas

PROFA. MA. JAMILLE QUEIROZ

O que é fidelidade?

É utilizada para descrever a lealdade e a devoção entusiástica.

Nos negócios descreve a disposição de um cliente em prestigiar uma empresa.



Características da fidelidade:

- Prestígio a longo prazo
- Exclusividade
- Recomendação de produtos/ serviços
- Preferências
- Amizade
- Intenções futuras



MARKETING DE RELACIONAMENTO

Marketing de relacionamento é uma estratégia que tem como objetivo estreitar laços entre cliente e organização a fim de gerar mais negócios com essa relação.

É um conjunto de estratégias que busca uma proximidade com os clientes com o foco principal na construção da marca e após isso ter ações para prospecção e fidelização dos clientes, pois o objetivo desse Marketing é conquistar, fidelizar e tornar os clientes defensores da sua marca para que ela cresça e seja um destaque no mercado.



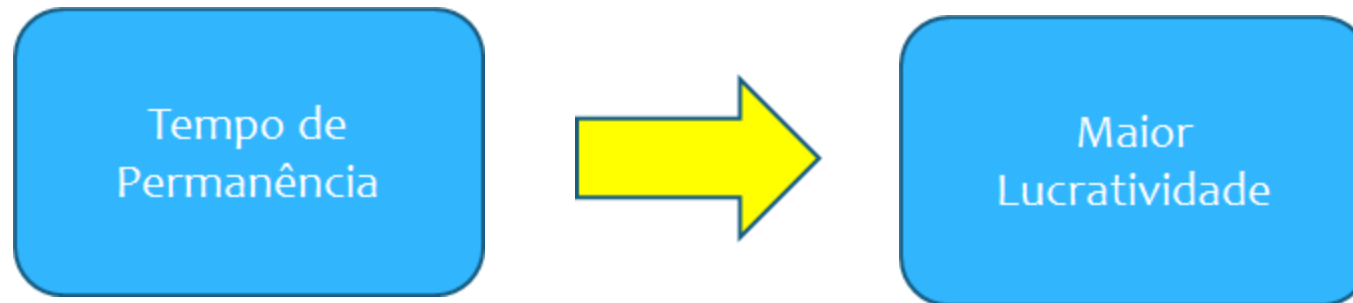


O relacionamento vai além de um auxílio nas vendas, ele traz uma aproximação com as pessoas para uma entrega de confiança e solução do problema.

Gerenciando Relacionamentos e desenvolvendo fidelidade

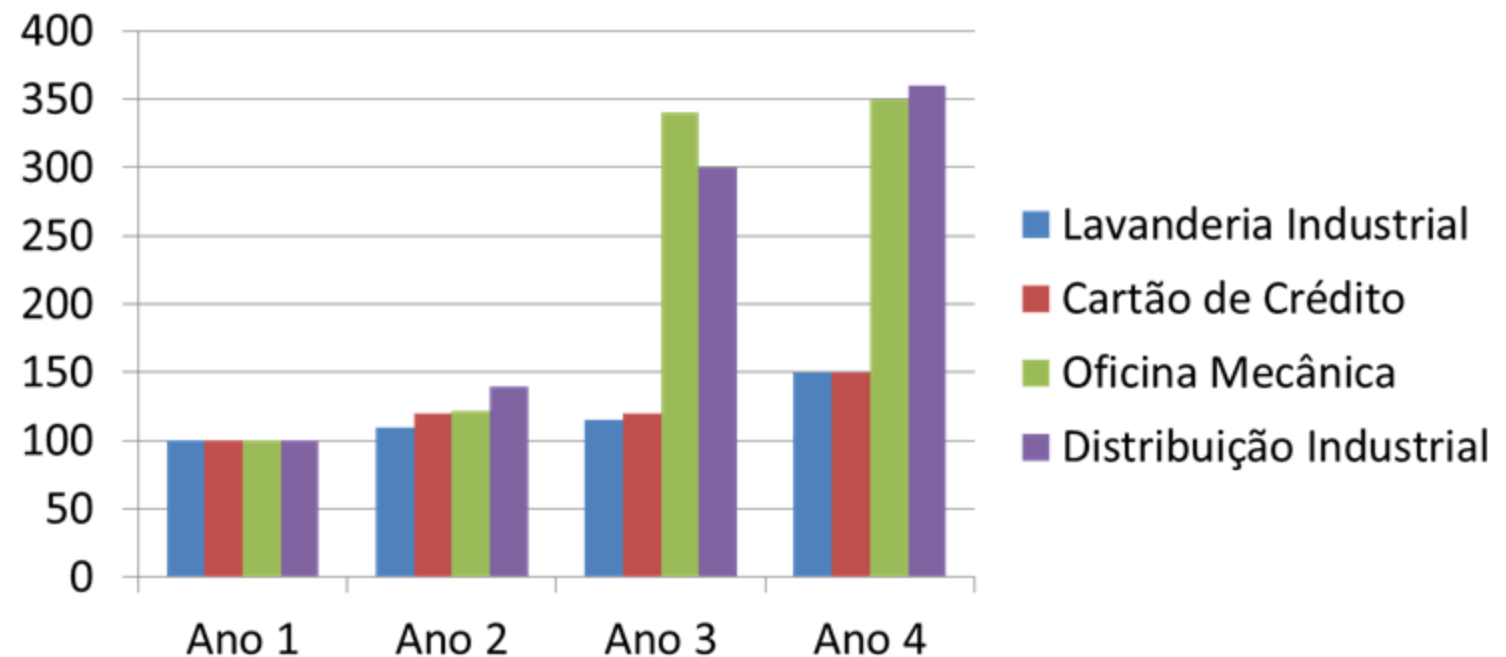
Por que a fidelidade do cliente é importante para a lucratividade de uma empresa?

Estudo de Reichheld e Sasser:



Por que a fidelidade do cliente é importante para a lucratividade de uma empresa?

Estudo de Reichheld e Sasser:





Comprar todos os produtos oferecidos pela empresa

Usa-los ao ponto de excluir quaisquer compras do concorrente

Pagar o preço total

Fatores do aumento da lucratividade

Por que os clientes são fiéis?

Clientes não são inerentemente fiéis!!

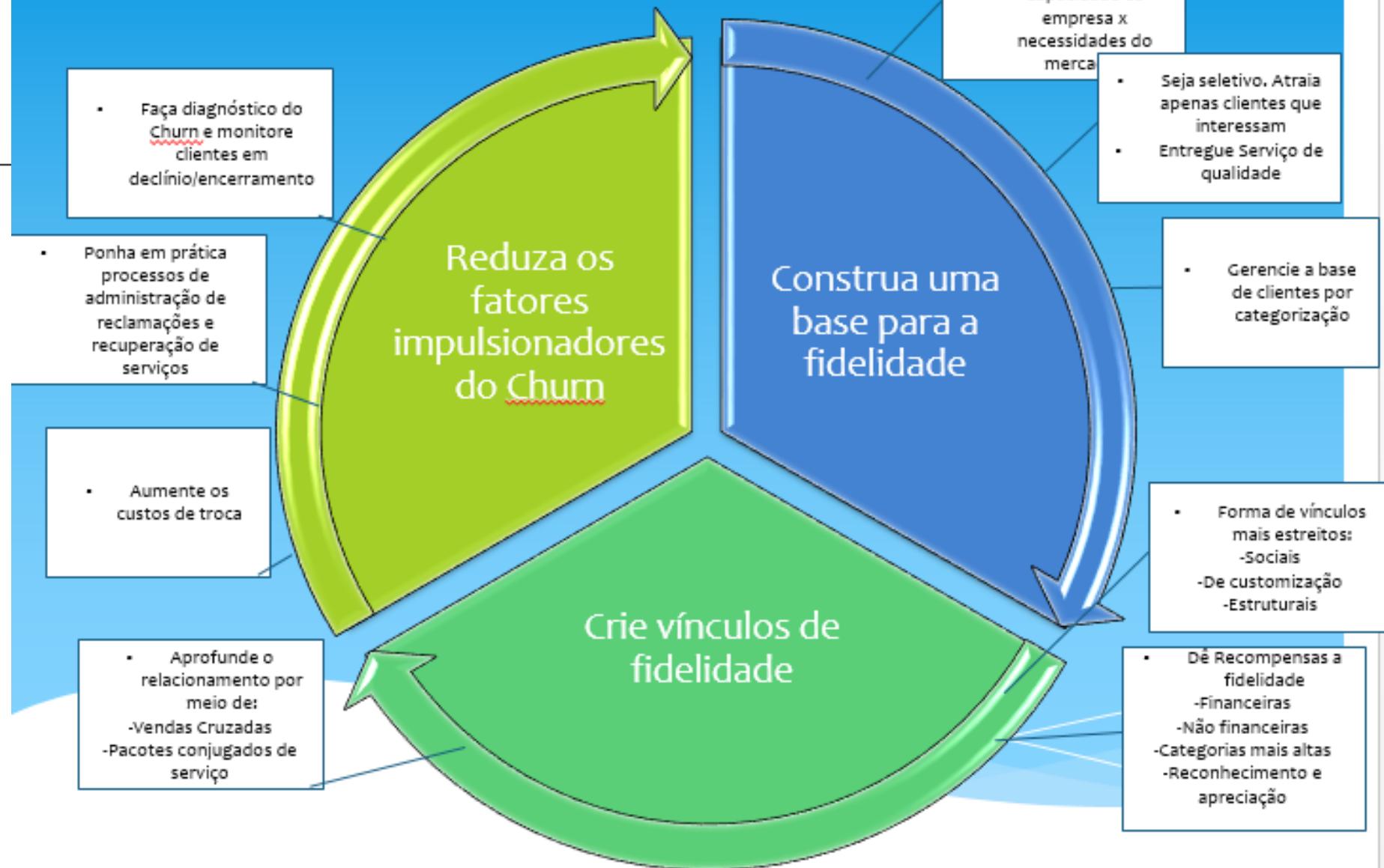
Ao contrário, precisamos dar-lhes um motivo para consolidar sua compra e permanecer conosco. Precisamos criar valor para que se tornem e se mantenham fiéis.

Como criar valor?

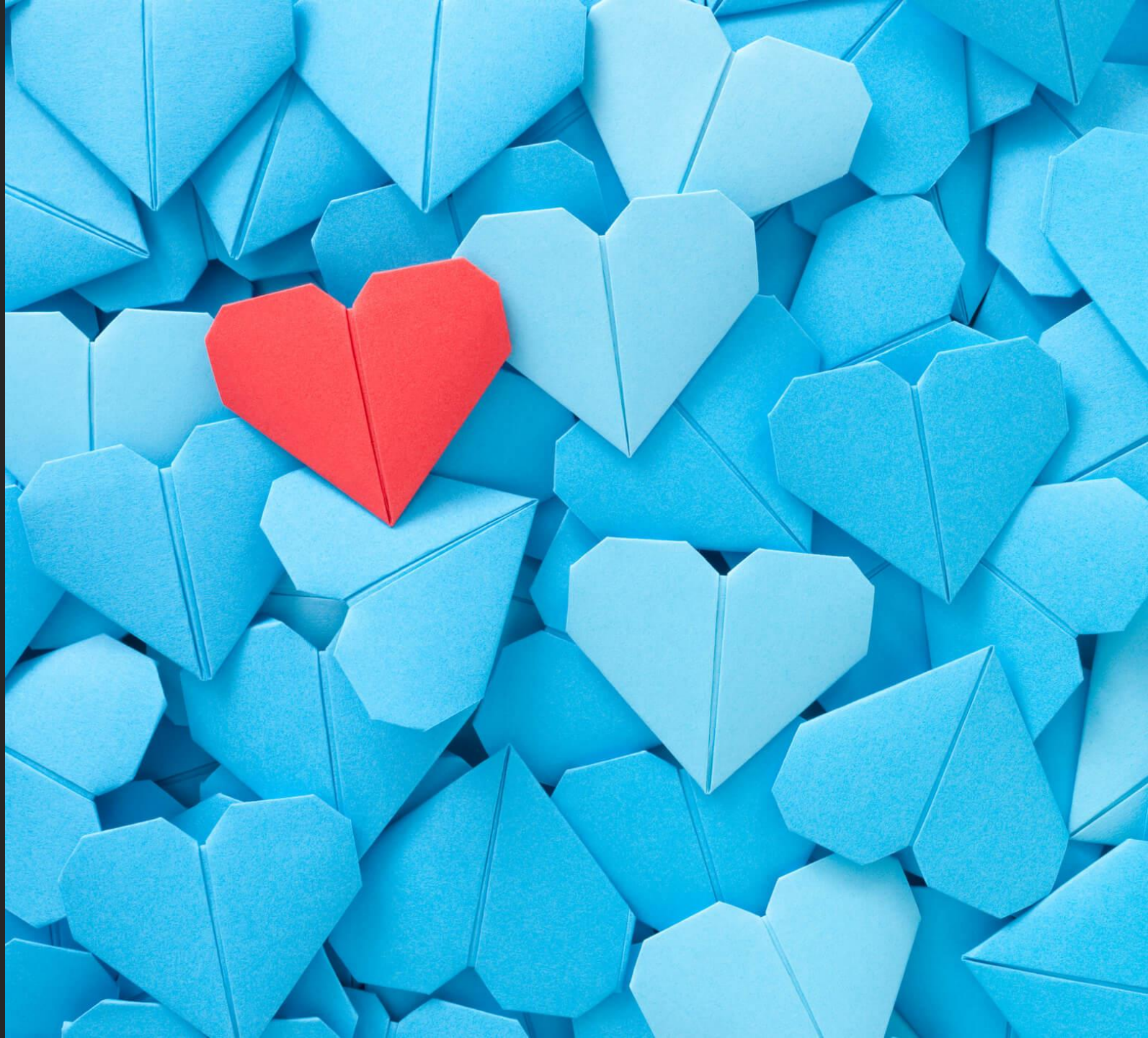
- Inspirar maior confiança
- Oferecer benefícios sociais
- Proporcionar tratamento especial



A Roda da Fidelidade



AGORA VAMOS
FALAR DE
RELACIONAMENTO



TODO NAMORO COMEÇA COM A PAQUERA

O CLIENTE RECEBEU INFORMAÇÕES
SOBRE SEU PRODUTO:

- É A HORA DE MOSTRAR SEUS BENEFÍCIOS
- SE APRESENTE DA MELHOR FORMA
- PRIMEIRA IMPRESSÃO É O QUE FICA
- SE A PAQUERA NÃO FOR BEM SUCEDIDA VOCÊ NÃO TERÁ OUTRA CHANCE
- SE A PAQUERA FOR BEM SUCEDIDA ELSE VAI EXPERIMENTAR SEU PRODUTO



O cliente está repetindo a compra? Parabéns, vocês estão namorando!



- A fase do namoro existe um envolvimento maior, as compras são mais frequentes.
- O cliente passa a indicar seu produto para os seus amigos, falando bem de sua marca.
- Você passa a ser apresentado a família do cliente, percebe que as indicações estão atraindo novos clientes.
- É uma fase que se deve apostar no encantamento, tratar com diferenciação, mostrar que o cliente é especial
- Potencializar os canais de comunicação .

O namoro deu certo? Parabéns aos noivos! Fase Casamento

- O mais profundo nível de engajamento com o cliente
- Cliente consome todos os produtos da marca que atendam suas necessidades,
- Não aceita outras marcas concorrentes, pois tem medo que usar o produto de outras marcas possa trazer decepção
- A marca já faz parte já faz parte de sua personalidade
- A empresa deve valorizar esse cliente fortemente



Vocês serão felizes para sempre?
Nem sempre!

**O CLIENTE É
POR
NATUREZA
INFIEL !!!!!**





COMO RECUPERAR O CLIENTE INFIEL

1. Entenda o motivo do cliente ter ido embora.
2. Descubra quem são esses clientes.
3. Entenda o ciclo de compra do que você vende.
4. Não deixe o cliente escapar pelos dedos

Estratégias de Fidelização

- SMS marketing.
- Marketing de relacionamento
- Promoções.
- Ofertas relâmpago.
- Combos de serviços.
- Programa de pontos.
- Programa de fidelidade





Obrigada!!!!

Profa. Jamille Queiroz

Jamille.leite@sereducacional

@profa_jamillequeiroz