



Marketing de relacionamento: 5 dicas para melhorar a experiência do seu cliente

Sumário

Introdução	Página 3
Capítulo 1: O que é Marketing de Relacionamento	Página 4
Capítulo 2: Benefícios do Marketing de Relacionamento	Página 7
Capítulo 3: Como colocar em prática o Marketing de Relacionamento	Página 10
Capítulo 4: 5 Dicas para se relacionar melhor com o seu cliente	Página 13
Conclusão	Página 16

Introdução

Você já deve ter ouvido falar que qualidade é um fator decisivo para o cliente efetuar uma compra. Essa informação é verdadeira, mas o que faz o cliente comprar novamente da sua empresa e não do concorrente? Fidelização!

A fidelização de um cliente pode vir de diferentes maneiras: descontos, brindes, sorteios, cartão de fidelidade, entre outros. Porém, nem sempre esses pequenos benefícios ajudam a manter os seus clientes com você.

Atualmente, os consumidores buscam mais do que um produto ou serviço, eles desejam um relacionamento com a sua marca! Querem se identificar com o seu propósito, com os seus valores e transformar a compra em uma experiência positiva, a qual fará com que ele sempre procure comprar da sua empresa.

E, de acordo com Esteban Kolsky, 72% dos consumidores irão compartilhar uma experiência positiva com 6 ou mais pessoas. E, se eles não estiverem satisfeitos, irão compartilhar com 15 ou mais pessoas!

Neste e-book, iremos abordar o conceito de marketing de relacionamento, a importância de um atendimento que supera as expectativas e 5 dicas para melhorar a experiência do seu cliente ao comprar um produto ou contratar um serviço da sua empresa.





A background photograph shows a person's hands holding light-colored wooden puzzle pieces. One piece is being held by a hand with a dark skin tone, while another piece is held by a hand with a light skin tone. The puzzle pieces have various interlocking shapes. The background is slightly blurred.

Capítulo I

O QUE É MARKETING DE RELACIONAMENTO?

A concorrência é cada vez maior e, por isso, empresários estão buscando formas de fazer com que a sua empresa se destaque entre inúmeras opções do mesmo segmento.

Em uma pesquisa sobre experiência do cliente, a SuperOffice concluiu que 9 em cada 10 empresas estão competindo principalmente pela experiência do cliente, e as organizações que levam a sério essa demanda se destacam e conquistam clientes, fidelizando-os.

Mas, como fazer isso?

Quando você está em um relacionamento, é importante ser ouvido e estar com uma pessoa que se preocupa com você. Com uma marca não é diferente. Pense em um produto que você comprou e teve uma experiência positiva no atendimento, onde o vendedor entendeu a suas dores e propôs a solução ideal para ela. O que você fez em troca? Indicou o serviço para os seus amigos, deixou um elogio nas redes sociais da empresa e, claro, comprou novamente com eles!





Qual foi a estratégia usada por essa marca? O Marketing de Relacionamento!

Viu como ele pode ajudar você a se destacar e criar autoridade no mercado, para fidelizar os seus clientes e torná-los defensores da sua marca?

É necessário criar um relacionamento com os seus consumidores e este pode ser um fator decisivo para finalizar uma compra. Afinal, ninguém quer ser cliente de uma marca que atende mal ou nem sequer responde as mensagens!

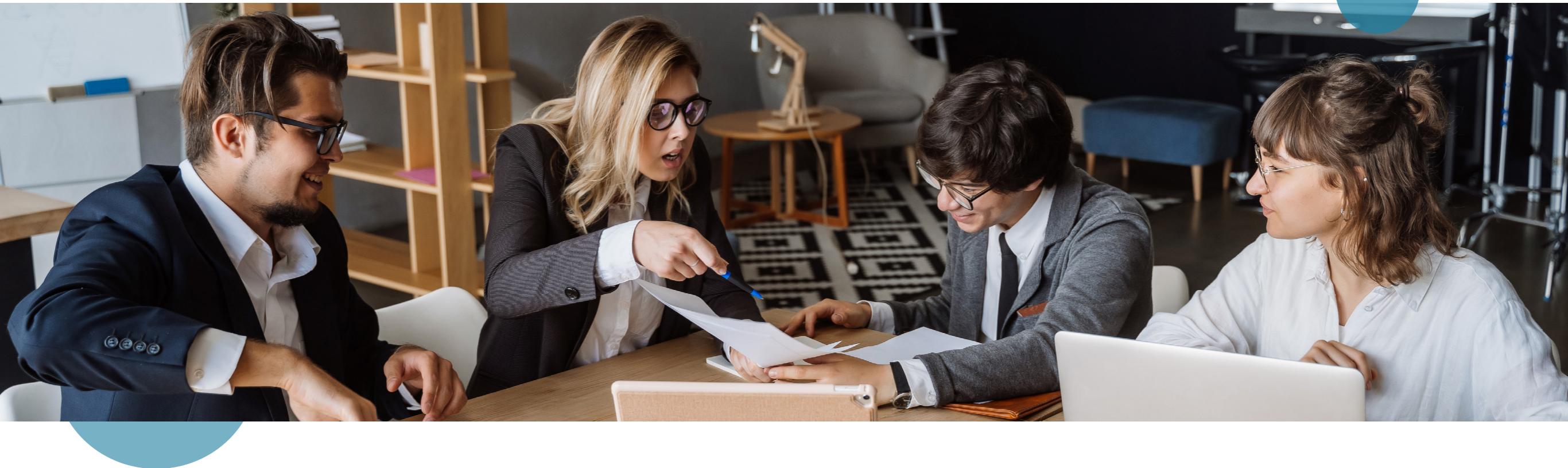
A sua empresa pode utilizar das ações de Marketing de Relacionamento para criar uma relação próxima e de confiança com os seus clientes, fazendo com que eles sejam fiéis e promotores do seu serviço.

Capítulo II

BENEFÍCIOS DO MARKETING DE RELACIONAMENTO



Agora que você sabe o que é Marketing de Relacionamento, deve estar se perguntando quais são os demais benefícios para a sua empresa e para o seu cliente.



Aumento do lucro:

86% dos consumidores irão pagar mais por uma melhor experiência, esse é o resultado de uma pesquisa do SuperOffice (2020). Com o amadurecimento da sua relação com os clientes, eles estarão mais propensos a comprar mais e a indicar o seu produto ou serviço para novos clientes.

Retenção de clientes

Quando você constrói um relacionamento com o seu consumidor, incentiva que ele fique com a sua empresa por mais tempo! Aumentar a taxa de retenção de clientes em 5% os lucros podem aumentar de 20% a 95%, de acordo com um estudo da Harvard Business Review.

Publicidade gratuita:

Com uma base consolidada de fãs da marca, essas pessoas irão divulgar a sua empresa nas redes sociais e/ou para amigos. Dessa forma, você ganha mais uma forma de divulgar a sua marca sem gastar nada: o boca a boca! Ou serviço para novos clientes.

Feedback:

Ao se aproximar do seu cliente, você terá a oportunidade de receber feedbacks que o ajudarão a melhorar o seu serviço ou produto. E nada melhor do que saber a opinião de quem mais utiliza e apoia o seu trabalho!

Personalização do atendimento:

Quem não gosta de se sentir especial? Ao investir no Marketing de Relacionamento, o seu cliente será beneficiado com um atendimento diferenciado e mais próximo, onde ele se sentirá em um ambiente seguro.

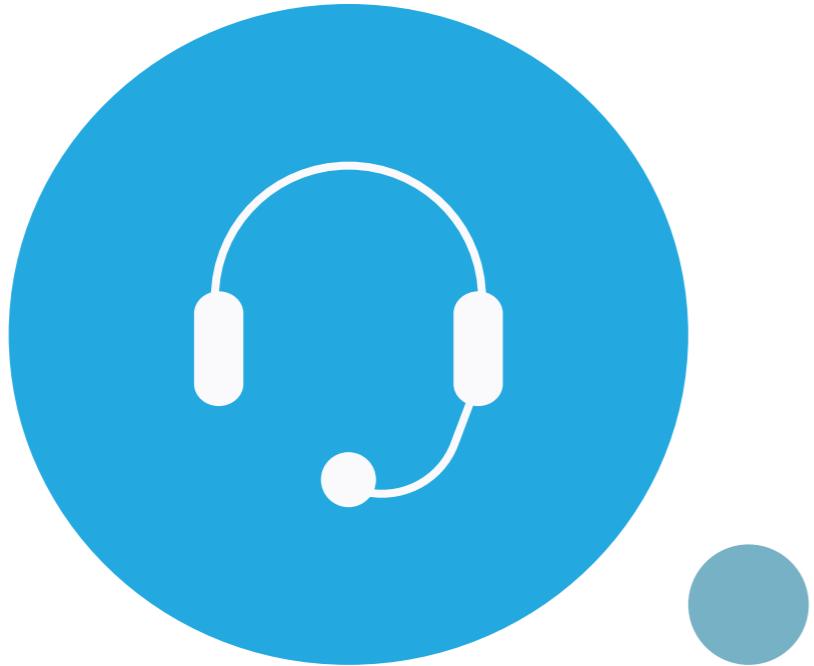




Capítulo III

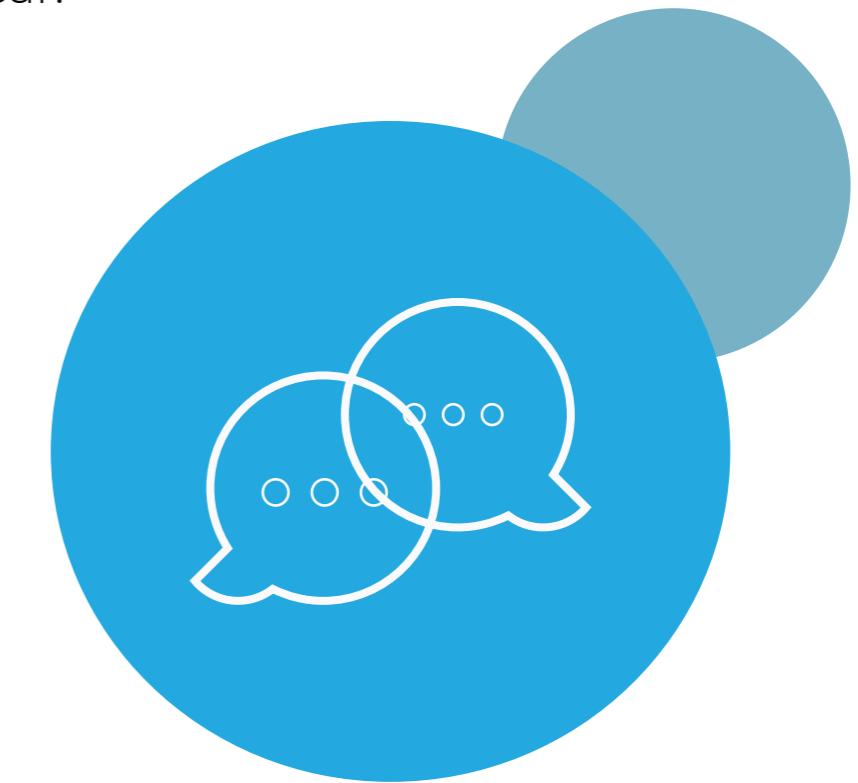
COMO COLOCAR EM PRÁTICA O MARKETING DE RELACIONAMENTO

Você já conhece a estratégia e os benefícios para a sua empresa e para o seu cliente, mas deve estar se perguntando quais são as ações práticas do Marketing de Relacionamento. Saiba no que é importante focar:



Alinhe a comunicação da equipe com o cliente:

Conhecer o seu cliente é essencial! Esse deve ser o primeiro passo para descobrir como deverá ser a comunicação da sua empresa com o público-alvo. A sua equipe também precisa estar alinhada com a proposta da marca, as necessidades e dores dos seus consumidores para melhor atendê-los.



Utilize canais de comunicação onde o seu público está:

Não adianta entender o consumidor e alinhar o discurso, mas utilizar os canais de comunicação errados! É importante estar nas redes sociais certas e adequar sua linguagem para cada uma delas. Uma campanha que desenvolveu para o Instagram pode não ser a mesma que você vai divulgar no LinkedIn.



Crie benefícios para os clientes:

O que faz os seus clientes se tornarem fiéis? Pense em quais benefícios o seu público pode ter. Cartão fidelidade, promoções na primeira compra, descontos para convidar amigos? As possibilidades são muitas. Descubra o que os seus clientes querem e precisam.



Avalie os seus resultados:

O que deu certo? O que você precisa parar de fazer urgente? Analisar os seus resultados ajuda a sua empresa a não perder tempo com ações que não trouxeram resultados favoráveis. Novas ideias podem surgir dos pontos positivos e negativos.

$$a^2 + b^2 = ab^2$$

$$a(a+b) = (a \times a) + (a \times b)$$



Capítulo IV

COMO COLOCAR EM PRÁTICA O MARKETING DE RELACIONAMENTO



— 45%



Ainda não está satisfeito e quer algumas dicas de como se relacionar melhor com os consumidores da sua marca? Separamos 5 recomendações que irão lhe ajudar a melhorar a experiência do seu cliente quando ele precisar entrar em contato com a sua empresa:

Seja honesto com o seu cliente:

Ninguém gosta de ouvir não, mas uma promessa quebrada é péssimo para a sua reputação. Se o cliente precisar de algo que a sua empresa não faz ou não vende, porque enrolá-lo ou mentir? Quando você fala a verdade e cumpre, você cria uma relação de confiança. Mesmo que hoje ele não compre de você, amanhã ele pode buscar o seu serviço ou indicar para alguém.

Entenda que as pessoas têm necessidades diferentes:

Cada cliente é único, ou seja, você não deve atendê-los da mesma forma! O atendimento deve ser personalizado de acordo com dores e preferências de cada um. Ouça com atenção o que o seu cliente tem a dizer e procure superar suas expectativas.



Comunique-se com clareza:

Utilize uma linguagem que o seu cliente será capaz de compreender. Evite gírias e termos técnicos, afinal, nem todo mundo pode estar familiarizado. Caso seja necessário usar, explique de uma forma que a pessoa irá entender.

Identifique problemas e os resolva rapidamente:

Sempre que o seu cliente lhe procurar, não demore para responder! Se ele estiver com alguma dúvida ou problema, seja ágil para resolver. Ninguém gosta de ficar esperando, principalmente quando precisa de ajuda. Apenas ofereça soluções que você possa cumprir.



Utilize canais Omnichannel:

Para facilitar a comunicação e o trabalho da sua equipe tenha pontos de interação com o consumidor interligados! A experiência de um atendimento fragmentado atrapalha a satisfação do cliente. [Em seu relatório de 2020, a PWC descobriu que empresas que investem na experiência omnichannel saltaram de 20% para mais de 80%](#)! Conheça algumas empresas que oferecem esse serviço: [Dimi](#), [Movidesk](#), [NewWay](#), [Octadesk](#), [Telesul](#), e [Zendesk](#). Você pode testá-las gratuitamente por um período de tempo.



Conclusão

Sim, em uma Era Digital com tantos concorrentes, há pequenos detalhes que devem ser observados para se destacar e fidelizar o seu cliente!

O Marketing de Relacionamento é uma estratégia que diversas empresas estão usando para aproximar as pessoas do seu propósito e valores, criando fãs da marca, que sempre buscam comprar da sua empresa e são promotoras do seu produto ou serviço.

Cada cliente é único e possui diferentes necessidades. Sua equipe é responsável por fazê-lo se sentir especial e ajudá-lo a resolver um problema ou a finalizar uma compra. É seu dever atendê-lo bem!

Coloque o que aprendeu em prática, não demore para começar a criar um relacionamento baseado em confiança com os seus clientes. Faça a sua marca crescer e se tornar referência.



