



Técnico em Administração



Fundamentos de Marketing

**PROFESSOR: FERNANDO
GALVÃO**
**CONTEÚDO: ATRAÇÃO E
RETENÇÃO DO CLIENTE**
DATA: 13.05.2019



ATRAÇÃO E RETENÇÃO DO CLIENTE

Atividade Complementar

1. Cite e explique três exemplos de marcas que são indispensáveis para você enquanto consumidor?
2. Cite e explique três exemplos de marcas que são dispensáveis para você enquanto consumidor?
3. Um produto sem valor pode existir no mercado? Sim ou não e por que?
4. Em que momento da empresa melhor se aplica o marketing de atração e de retenção de clientes? Por que?

→ RECORRÊNCIA

Atração e retenção do cliente

- Além de melhorar suas relações com seus parceiros na cadeia de suprimento, muitas empresas estão se concentrando no desenvolvimento de vínculos mais sólidos com seus clientes finais;
- No passado, muitas empresas achavam que seus clientes eram garantidos porque eles não tinham muitas alternativas;
- Todos os fornecedores eram igualmente deficientes em termos de atendimento e o mercado estava crescendo tão rapidamente que a empresa não se preocupava em satisfazer seus clientes;

PÉ VENDA?

Atração e retenção do cliente

- Os clientes de hoje são mais difíceis de agradar, mais inteligentes, mais conscientes em relação aos preços, mais exigentes, perdoam menos e são abordados por ~~maiores~~ concorrentes com ofertas iguais ou melhores;

mas

- A maior parte da teoria e prática de marketing concentra-se na arte de atrair novos clientes, em vez de na retenção dos existentes;
- Tradicionalmente, a ênfase tem sido na realização de vendas, em vez de na construção de relacionamentos; em pré-vendas, em vez de na assistência pós-venda. A chave da retenção de clientes é a satisfação de clientes;

Marketing de Atração

- Também conhecido como Inbound Marketing, essa é uma metodologia que surgiu em 2006, nos Estados Unidos, a partir de um estudo do comportamento das pessoas na internet;

- A metodologia se desenrola em quatro etapas:

a. atração;

b. conversão;

c. fechamento;

d. encantamento.

→ LINHA EDITORIAL

→ PRODUÇÃO DE CONTEÚDO

→ COMPLETA EM SI / NEGÓCIO FECHADO

Marketing de Atração

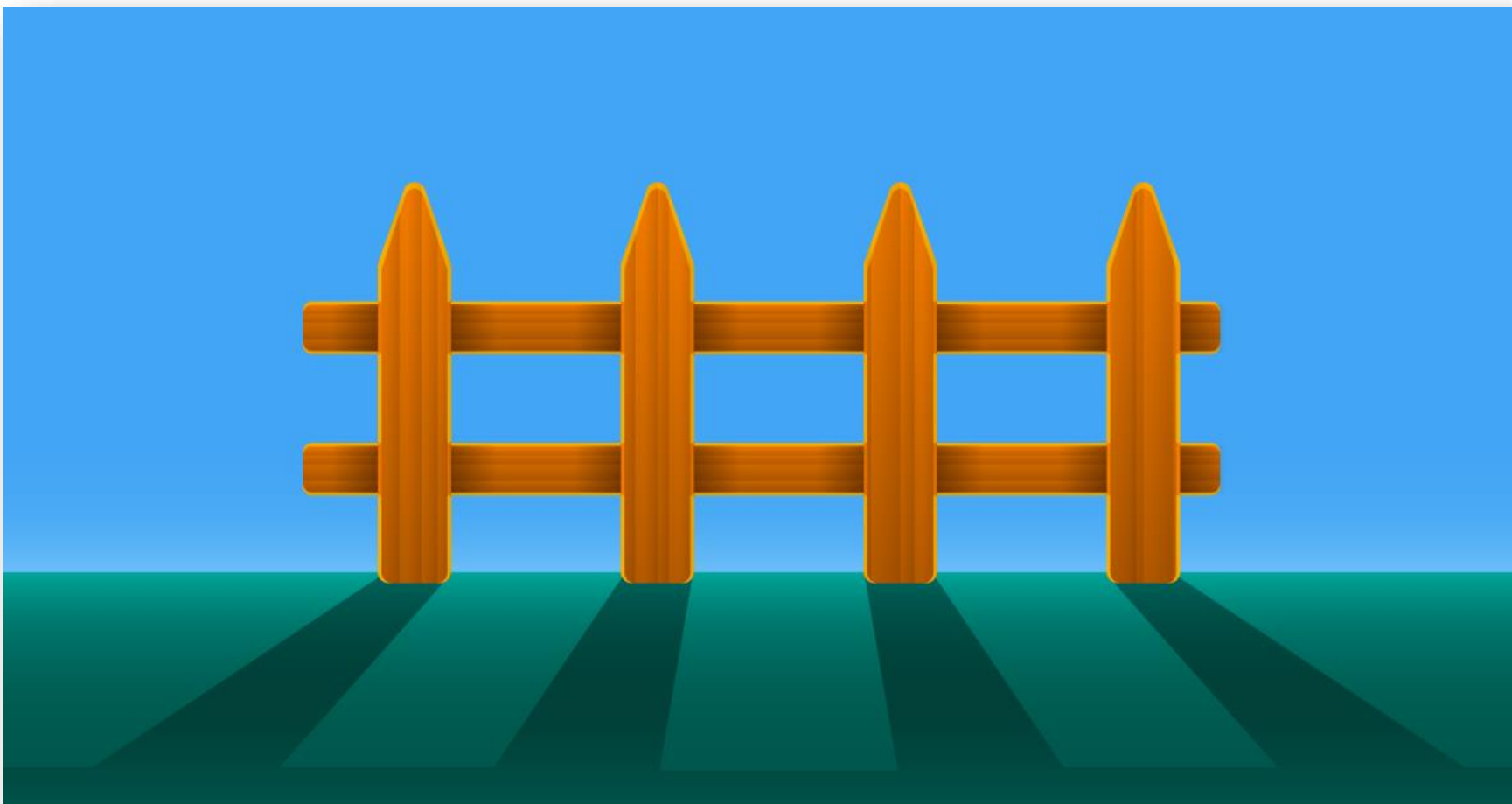


Marketing de retenção

- a. Priorizar excelência no atendimento;
- b. Apresentar resultados concretos;
- c. Falar o que cliente quer ouvir (não é enganar, é saber o que cliente precisa);
- d. Organização em torno do cliente e não da empresa;
- e. Valorização da marca;

PROSPECTAR

Marketing de retenção



Um cliente altamente satisfeito

- Permanece fiel por mais tempo;
- Compra mais à medida que a empresa lança novos produtos ou aperfeiçoa produtos existentes;
- Fala favoravelmente da empresa e de seus produtos;
- Dá menos atenção a marcas e propaganda concorrentes e é menos sensível a preço;
- Oferece ideias sobre produtos ou serviços à empresa;
- Custa menos para ser atendido do que novos clientes, uma vez que as transações são rotinizadas;