



# FIDELIZAÇÃO DE CLIENTES

A chave para a **Fidelização de clientes** está em expandir valor para o cliente com base na sua definição particular de valor. Essa definição pode variar muito de um cliente (por exemplo, descontos no preço) para outro (por exemplo, atenção pessoal) e ainda para outro (por exemplo, acesso a informações).

Empresas bem-sucedidas em manter altos níveis de fidelização indicam que não basta reunir informações sobre o cliente, é preciso investir em uma avaliação em longo prazo sobre o seu comportamento para se compreender o retorno sobre o investimento em iniciativas desta natureza. Sem avaliação, uma empresa pode perder prematuramente o seu foco na fidelidade do cliente.

### **Pontos importantes**

Segundo Jeanne Bliss, fundadora da Customer BLISS, empresa que presta consultoria em vendas nos Estados Unidos, existem cinco questões que um gerente precisa responder para que realmente esteja engajado com seus clientes:

#### **1. Quem são seus novos clientes - em volume e valor?**

Você sabe qual é o valor gasto pelos seus novos clientes e qual o volume de compra deles? Você deve perguntar isso todos os dias para os seus vendedores e, se possível, colocar como métrica no relatório de vendas. Mas tente prestar atenção além dos números iniciais: descubra também qual o potencial desse cliente, quanto ele pode vir a gastar com você, se tratado corretamente.

#### **2. Quem são seus clientes perdidos - em volume e valor?**

Aqui você deve colher exatamente as mesmas informações que na questão anterior, mas considerando os clientes que deixaram de comprar com você nos últimos meses. Você deve, então, colocar na balança os seus clientes novos (e o potencial deles) e do outro lado os



## Dicas para Fidelização de Clientes

clientes perdidos (com seus históricos de compra e potencial). O resultado disso lhe dirá quão bem você está cuidando dos seus clientes em sua empresa.

### **3. Qual o índice de recompra e por que esses clientes voltam?**

Você precisa prestar atenção no comportamento de compra dos seus clientes atuais. Quantos deles voltam a fazer negócios com você? A idéia aqui é que você descubra comportamentos que indicam a lealdade do seu cliente, baseando-se na recompra dele. Pergunte para ele por que continua comprando de você. Descubra qual é o seu maior atrativo para aquele cliente e tente multiplicar isso para todos os outros.

### **4. Qual é o seu faturamento e lucratividade por grupo de clientes?**

Imagine seus clientes dentro de uma pirâmide. Na base, você encontra a maioria deles, que são pessoas que compraram uma vez de você. Logo acima, estão as pessoas que compraram duas vezes de você. Acima deles, pessoas que compraram três vezes, e assim por diante (claro, você pode adaptar o exemplo para o seu negócio). Mas o que quero que você perceba é que os clientes que compram apenas uma vez geram um faturamento e uma lucratividade para a sua empresa. Já os que compraram cinco vezes de você geram outro faturamento e outra lucratividade.

### **5. Qual é o seu grau de indicação entre os seus clientes?**

Quantos dos seus clientes realmente indicam seus produtos e serviços para amigos e conhecidos? Se seus clientes estão felizes e satisfeitos com a sua empresa, a tendência é que contem essa experiência positiva para outras pessoas, gerando assim um marketing gratuito para você.



## Dicas para Fidelização de Clientes

### Clientes internos

Se uma empresa quer garantir a fidelidade de seus clientes, precisa valorizar e fidelizar seus clientes internos. Os funcionários devem estar totalmente conscientes, envolvidos e integrados com os valores da empresa e do cliente. Precisam ouvir seus clientes com atenção e respeito e ter autonomia e responsabilidade para falar em nome da empresa. Devem ser treinados para analisar situações de conflito e tomar decisões em favor dos clientes.

Segundo pesquisa da Fórum Corporation, 14% dos clientes que deixam de freqüentar empresas de serviços o fazem por estarem insatisfeitos com a qualidade do que compraram, mas 2/3 se afastam porque consideram os atendentes de serviços indiferentes ou pouco dispostos a ajudar.

Programas de capacitação e motivação de funcionários, principalmente aqueles que se relacionam diretamente com os clientes, são imprescindíveis para a fidelização. Quando um cliente entra em contato com um funcionário da empresa, sua percepção é de que está falando com a empresa e não com o funcionário. O cliente espera que o funcionário se comporte em nome da empresa, não como alguém que não é comprometido com o que faz.

### Cliente

**Cliente** é a pessoa que usa os serviços ou consome os produtos de determinada empresa ou de profissional.

A trajetória de um cliente na empresa, quando bem atendido, segue a seguinte a progressão:

*Prospect* => *Shopper* => Cliente eventual => Cliente regular => Defensor

**Prospect:** é um cliente que pode estar interessado em comprar da sua empresa.

**Shopper:** são aqueles que visitam seu negócio pelo menos uma vez.



## Dicas para Fidelização de Clientes

**Cliente eventual:** são pessoas que adquiriram um ou mais produtos da sua empresa.

**Cliente regular:** são os que adquirem periodicamente seus produtos e serviços.

**Defensor:** são os que elogiam sua empresa e a qualidade dos seus produtos a quem quiser ouvir.

O cliente externo é o que vem à mente de todos quando se fala de negócios. Por muito tempo, ele era o único cliente citado nos livros de administração de negócios. À medida que a qualidade em serviços passou a ganhar mais importância, passou-se a estudar este conceito com maior profundidade. Há outros tipos de clientes que merecem atenção dentro do contexto do estudo da fidelização.

**Cliente pessoal:** são aqueles que influenciam nossas vidas e nosso desempenho no trabalho (cônjuge, filhos, amigos, entre outros).

**Cliente da concorrência:** são os que compram de nossos concorrentes.

**Cliente interno:** é a pessoa que trabalha em nossa empresa e que influencia o processo produtivo. Merece grande atenção, pois essa atitude gera um melhor clima organizacional, maior produtividade e união da equipe, bem como ajuda a atrair clientes da concorrência. É no cliente interno que começa o processo de fidelização de um cliente externo.



## Dicas para Fidelização de Clientes

**Acesse a seção Assista & Reflita e assista os vídeos sobre Fidelização de Clientes.**

<http://www.club33.com.br/ar.asp>



Dicas para Fidelização de Clientes

## **Suas Anotações**