

E-Book

Comunicação e Fidelização de Cliente





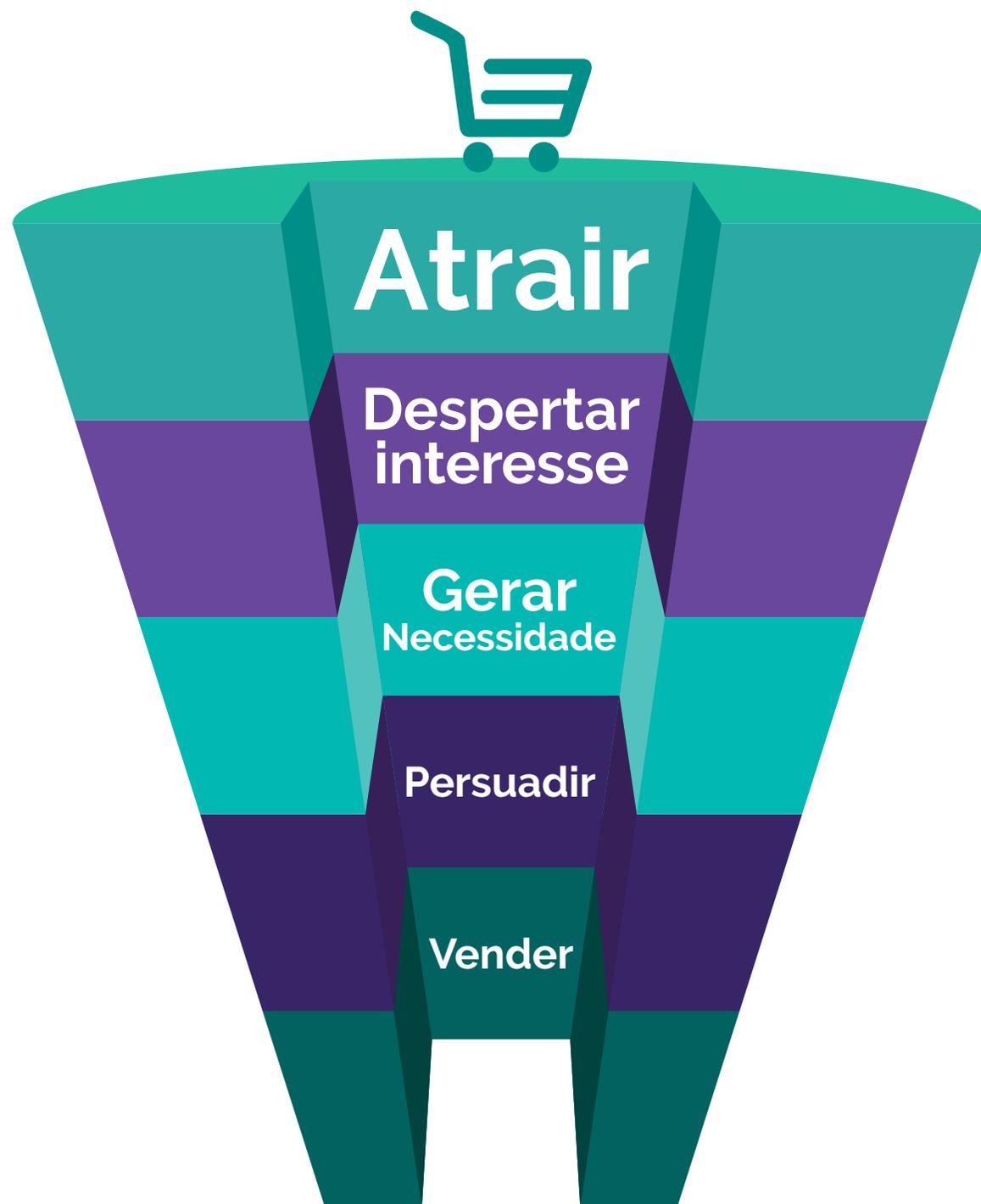
Índice

1. Introdução
2. Comunicação, por que ela é tão Importante?
3. Comunicação Empresarial: Uma opção para conhecer melhor seu cliente
4. Marketing de Relacionamento: Use e Abuse dele
5. Colocando em Prática o Marketing de Relacionamento na sua Empresa
6. Importância de identificar o seu cliente
7. Utilizando as Redes Sociais como Canal de Comunicação
8. Importância de fidelizar seu cliente através de uma boa comunicação
9. A Comtele

1. Introdução

A melhor forma de manter um cliente sempre satisfeito é entender suas necessidades e objetivos. Para que isto seja possível, é preciso que sua empresa invista constantemente em um bom canal de comunicação/atendimento, estabelecendo canais efetivos de atendimento. Atrair, despertar interesse, gerar necessidade, persuadir e conquistar a ação (de compra) são fases do processo comunicacional ao longo da venda, e perpassam estágios amplos e variados, que vão muito além das palavras.

Neste E-book iremos abordar as melhores formas de comunicação para sua empresa, que quando bem aplicadas, resultarão na fidelização do seu cliente. Vamos lá!



2. Comunicação, por que ela é tão Importante?

Comunicação é uma palavra derivada do termo latino "communicare", que significa "partilhar, participar algo, tornar comum". Através da comunicação, os seres humanos e os animais partilham diferentes informações entre si, tornando o ato de comunicar uma atividade essencial para a vida em sociedade. Desde o princípio dos tempos, a comunicação foi de importância vital, sendo uma ferramenta de integração, instrução, de troca mútua e desenvolvimento. O processo de comunicação consiste na transmissão de informação entre um emissor e um receptor que descodifica (interpreta) uma determinada mensagem. Os principais segmentos da comunicação são: comunicação intrapessoal, comunicação interpessoal, marketing, publicidade, propaganda, relações públicas, análise do discurso, telecomunicações e Jornalismo.

A comunicação sempre teve um papel estratégico nas organizações. Ela é uma das principais competências necessárias a todo ser humano, principalmente no mundo em que vivemos, numa época de constantes mudanças em que as empresas estão dando cada vez mais valor a isso. A comunicação consiste de maneira mais abrangente em um tipo de estratégia utilizada pelas empresas como forma de

conseguir obter vantagem competitiva e para que isso ocorra, é necessário ser adequada aos objetivos pretendidos. A fidelização dos clientes, por sua vez, faz referência à obtenção de pessoas que se interessam e consomem os produtos ofertados por um negócio, de maneira constante, se tornando fiéis ao mesmo, ou seja, sempre consumindo aquele produto ou serviço.

Para definir os canais que serão trabalhados em sua estratégia, é preciso entender mais do que apenas a natureza de cada canal.

Conhecer a fundo seu público, bem como o perfil dos seus clientes é imprescindível para que este meio de contato seja altamente eficiente. Para esta tarefa, mais do que suposições, é necessário se basear em dados. Para isso, é necessário adotar ferramentas de análise e um bom planejamento que auxiliarão a responder perguntas substanciais para a identificação de perfis de público: O que eles buscam? Como consomem informações? O que ele espera de uma empresa e, principalmente, da sua? Como é a experiência de marca vivenciada por eles? Comente possui canais de comunicação que facilitam todas as fases da comunicação com seus clientes, pois possui envios de SMS e E-mail Marketing

de forma personalizada, o que resulta em um marketing digital efetivo.

Para que a comunicação atinja o seu objetivo, o melhor caminho é a simplicidade. Para conseguir utilizar tecnologias relacionadas com a comunicação, ou seja, para obter clientes fiéis e constantes é preciso seguir alguns passos específicos, como: identificar os clientes para reconhecer os seus gostos, vontades e pontos de destaque. Em seguida, é importante conseguir diferenciar o seu cliente. Isso pode ser avaliado pelo valor que eles atribuem à empresa, e, ainda, pela necessidade que eles têm com relação aos produtos ou serviços ofertados por certa marca. Em outras palavras, é importante conhecer o seu público-alvo. Com base nestas informações você vai saber a melhor forma de comunicação, bem como, o tipo de dado mais relevante para abordar com cada segmento de sua clientela tendo apenas o cuidado para melhorar sua interação com o passar do tempo. Este cuidado é importante porque se faz necessário garantir, que por meio da boa forma de comunicação, ocorra o fortalecimento de suas relações com seus clientes, personalizando a maneira como a empresa entra em contato e aborda o mesmo para atrair sua atenção e agregar valor a ele.

3. Comunicação Empresarial:

Uma opção para Conhecer melhor seu Cliente

A comunicação empresarial é a área estratégica de planejamento dentro do contexto de uma empresa. Uma boa estratégia de comunicação contribui para uma empresa de sucesso. Antes, o marketing falava prioritariamente de um para muitos, com uma campanha publicitária veiculada no intervalo da novela, por exemplo. Atualmente, por outro lado, é necessário entender que o marketing é bem mais individualizado, operando em nichos.

Com o avanço da tecnologia, hoje em dia é possível fazer até mesmo uma comunicação empresarial customizada para cada tipo de público. Precisamos lembrar que a comunicação para setor empresarial também deve atingir as pessoas que trabalham no próprio negócio. Afinal, são elas que constroem a cada dia a organização e que podem vir a ser evangelizadores da marca na sociedade em geral. A comunicação e a troca de informações que ocorre internamente, entre os próprios colaboradores da empresa, segue alguns fluxos que podem definir seu tom, linguagem, e abordagem. Em uma empresa com forte hierarquia, é quando a comunicação ocorre das posições mais altas, dos cargos mais importantes, às mais baixas. Nesse tipo de comunicação empresarial, o emissor deve tomar cuidado para não soar autoritário, ou agir de uma forma que possa desgastar sua relação com o receptor.

Estabelecer uma boa comunicação empresarial nem sempre é uma tarefa fácil.

Os novos desafios enfrentados pelas organizações, levaram as empresas a valorizar a comunicação como ferramenta estratégica de gestão, e realizar sua prática de maneira profissional e investir no desenvolvimento de processos capazes de atender às expectativas de seus públicos.

Através de um bom Planejamento sua empresa consegue definir os objetivos e o que é preciso fazer para alcançá-los. Ele possibilita encontrar o melhor caminho para orientar as atividades de comunicação. É importante ressaltar que o planejamento precisa estar alinhado à missão, aos valores, aos objetivos e metas estabelecidas pela organização, ou seja, alinhado à estratégia da empresa e contribuir para conquistar os objetivos globais do negócio.

A comunicação empresarial ocorre em diversos níveis e atinge pessoas diferentes, com personalidades, crenças e necessidades diferentes. Por isso é importante conhecer seu público e elaborar, de forma adequada a cada um deles, uma comunicação que seja eficiente e acima de tudo personalizada, avaliando o interesse de cada cliente.

Separamos aqui alguns benefícios relacionados a utilização de uma comunicação empresarial:

Agilidade	Mobilidade	Interatividade
Engajamento	Monitoramento de Resultados	Transparência

3. Comunicação Empresarial:

Uma opção para Conhecer melhor seu Cliente

O conceito de comunicação empresarial tem acompanhado a evolução dos meios de comunicação usados atualmente, tendo sido alterado nos últimos anos em virtude da forte concorrência e das novas tecnologias.

Com isso, surge uma nova vertente: o marketing de relacionamento. Suas estratégias se baseiam em manter um relacionamento a longo prazo com seu público-alvo, a fim de criar uma espécie de lealdade à marca. Atualmente, seus clientes esperam por isso. Afinal, trata-se de uma forte tendência do mercado, extremamente adequada ao novo cenário e às tecnologias de hoje.



4. Marketing de Relacionamento: Use e Abuse dele

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 fiéis aos produtos e serviços prestados pela empresa.

Grandes e pequenas empresas têm consciência da importância de realizar ações de marketing para captar clientes e aumentar suas vendas, isto é fato. Acontece que estamos na era do relacionamento, onde vender não é o suficiente, é preciso relacionar-se com os clientes! Somente conquistando o cliente em todas as etapas da venda será possível criar uma relação de confiança entre as partes, onde o cliente saberá que pode contar com sua empresa, quando precisar. Hoje em dia, não basta vender, tem que conquistar! Relacionar-se com o cliente é a melhor forma de criar uma relação forte e duradoura. A ideia principal do marketing de relacionamento é manter-se em contato constante com os clientes, oferecendo-lhes ajuda, conteúdo, informações e esclarecendo dúvidas. Somente estando sempre presente na vida do cliente que a sua

empresa tornará viável uma relação a longo prazo com os clientes. O contato constante, feito de forma correta, faz com que a marca seja fixada na mente dos consumidores.. ação de marketing de relacionamento para a empresa tem como função potencializar os lucros a longo prazo e transformar os não consumidores em consumidores com estratégias atraentes.

Estas estratégias compreendem conferir se as expectativas do consumidor com a sua empresa estão sendo correspondidas, para que um bom relacionamento seja firmado, que é a questão mais importante do marketing de relacionamento para empresa. Resumindo, a ação define que o poder de escolha está nas mãos do cliente, e que sua empresa precisa atender a todas as demandas de seu público, com um bom relacionamento.

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



4. Marketing de Relacionamento: Use e Abuse dele

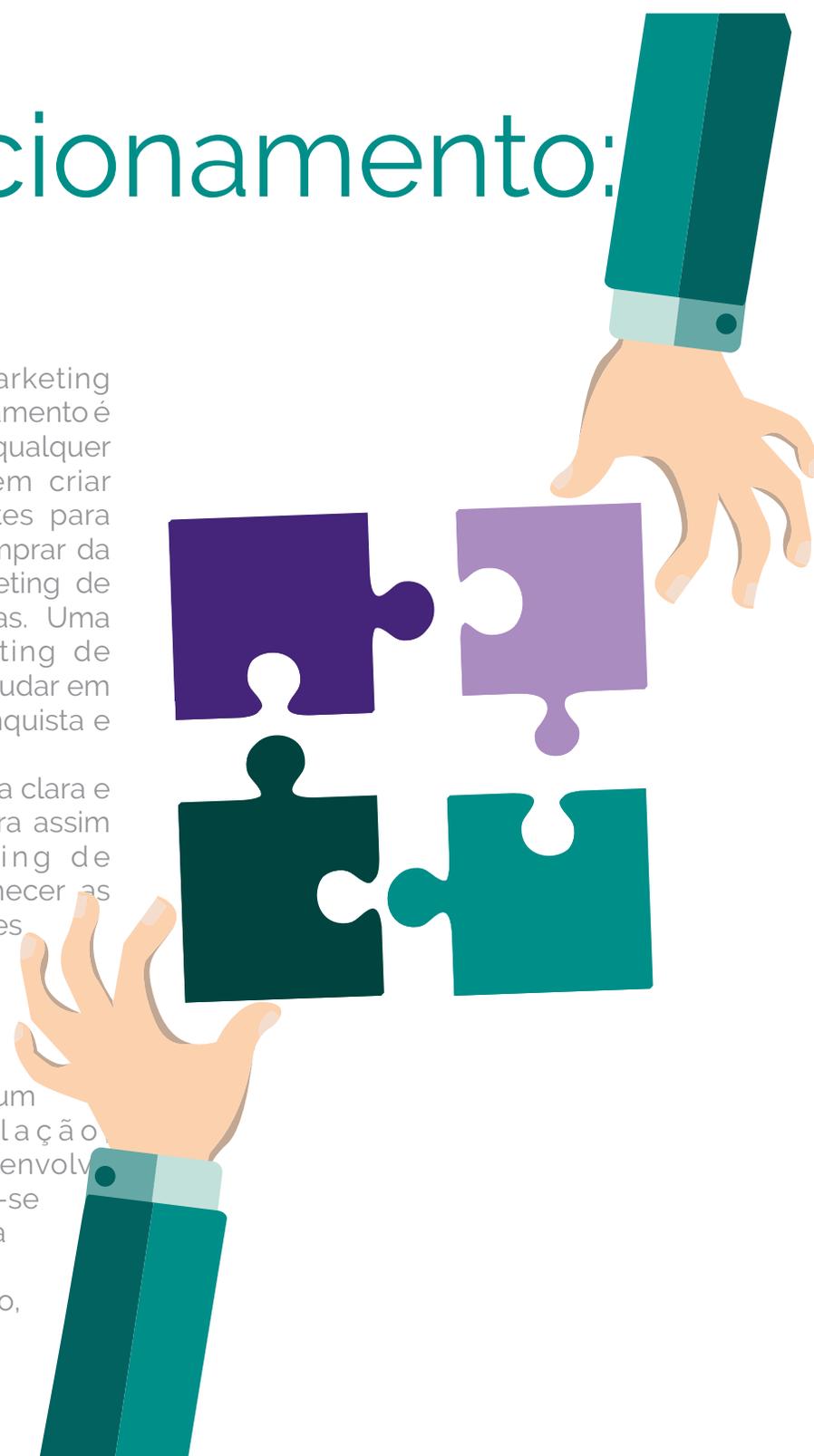
Para um bom marketing de relacionamento, é preciso que as ações sejam focadas nos consumidores, que são as pessoas mais importantes para a empresa, já que é elas que geram os lucros para a firma. Ao conhecer bem seus clientes, a empresa conseguirá atender seus desejos e assim ter suas expectativas acabam sendo correspondidas, firmando dessa maneira um bom marketing de relacionamento, que é um dos fatores mais importantes para gerar bons resultados para sua empresa.

É cada vez maior o número de empresas que se atentam para a importância do Marketing no processo de conquista e retenção, em um ambiente onde o mercado se torna cada vez mais 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, que tem como principal objetivo construir e nutrir relações a longo prazo para aumentar a lealdade e fidelizar clientes.

A principal diferença entre o marketing tradicional e o marketing de relacionamento é que ao invés de fazer uma venda a qualquer custo, o segundo se preocupa em criar conexões significativas com clientes para garantir que eles continuarão a comprar da empresa. É por isso que o marketing de relacionamento é um divisor de águas. Uma das melhores coisas do marketing de relacionamento é que ele pode te ajudar em diferentes estágios da jornada a conquista e fidelização do cliente.

Sua empresa precisa saber de forma clara e específica quais são seus alvos, para assim criar estratégias de marketing de relacionamento atraentes. Ao conhecer as preferências e gostos dos seus clientes, você pode criar mensagens personalizadas e que realmente irão impactar sua audiência. Clientes são motivados a adquirir produtos e serviços de empresas que geram algum tipo de empatia ou co-relação principalmente se esta empatia envolve valores e crenças. Por isso, mantenha-se fiel aos seus princípios: se a sua empresa pratica os seus valores e eles são interessantes aos olhos do público, você irá adquirir clientes com muito mais facilidade.



5. Colocando em Prática 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.

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 eles são a fonte de receita que mantém 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.



6. Importância de identificar o seu cliente

Conhecer seu consumidor e investir na personalização é essencial para oferecer sempre o melhor a eles, garantir sua satisfação e também aumentar suas chances de fidelizar aquele cliente. Muitas empresas simplesmente ignoram esta necessidade e não dão a devida importância aos seus clientes.

Para que o Marketing de Relacionamento gere frutos, é de grande importância que a sua empresa procure construir um banco de dados e que permaneça sempre atualizado. Quanto mais detalhes o seu banco de dados tiver, maior será a chance de realizar campanhas efetivas voltadas ao interesse do seu cliente, visto que, é através do banco de dados que a sua empresa irá 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. Fazendo esse trabalho de identificação, a empresa dará início ao processo de marketing de relacionamento com o seu público-alvo.

Por meio de um trabalho de identificação do perfil, a empresa poderá criar o seu plano de Marketing de relacionamento e para isto, seguem algumas dicas de como agir após esta identificação:



Entre em Contato com o Cliente informando de ofertas de produtos e serviços e o mantenha sempre atualizado das novidades. Uma excelente forma de fazer isto é utilizando o envio de SMS, que é uma ferramenta rápida com alto índice de retorno.



Parabenize pelo seu aniversário ou pelo tempo que ele é cliente de sua empresa. Você pode utilizá tanto o envio de E-mail Marketing como o envio de mensagem de texto de uma forma personalizada.



Realizar Pesquisa de Satisfação com os clientes quanto a produtos e serviços fornecidos. Você poderá utilizar a Pesquisa de Satisfação Com tele que possui interatividade para a comunicação com seu cliente.



Programa de Bonificações através de planos de fidelidade. Busque surpreender e agradar os seus clientes, de forma que, através do programa de fidelidade ele veja as vantagens em continuar essa relação comercial com sua empresa, comprando os seus produtos ou serviços e indicando sua empresa a outras pessoas.

7. Utilizando as Redes Sociais como Canal de Comunicação

Ter uma presença online em redes sociais já não é mais um diferencial. Nenhuma empresa se destaca por utilizar uma determinada rede social, mas sim por utilizá-la da maneira correta. Hoje qualquer pessoa com acesso a internet pode se comportar como formadora de opinião e isso pode ser tanto uma oportunidade, quanto um risco para sua empresa. Em tempos de "comentaristas de redes sociais", qualquer mínimo deslize, mal entendido ou boato sobre sua empresa pode acabar se espalhando de forma assustadora e tomar proporções que vão além do contexto online. Por isso, mais do que nunca, é necessário investir em uma boa comunicação empresarial, que seja feita com responsabilidade e de forma estratégica, para não prejudicar seu negócio ou acabar caindo nas armadilhas dos relacionamentos modernos.

As redes sociais possuem diferenças simples como faixa etária média, objetivo e tipo de mídia predominante compartilhada pelos usuários. Estar em ambientes digitais, principalmente em páginas de relacionamento como, por



exemplo, o facebook, pode ser uma poderosa ferramenta para criar um canal de contato e de diálogo com o público de interesse da empresa. Para isso, é imprescindível que a empresa se posicione de forma positiva, oferecendo informações e conteúdos de qualidade.

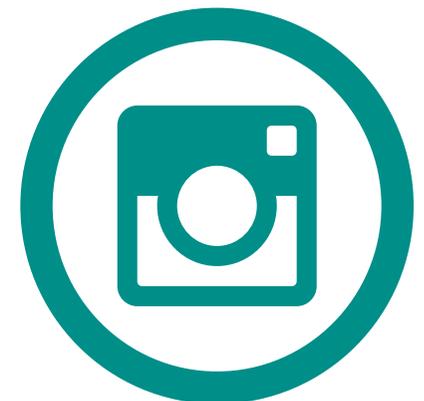
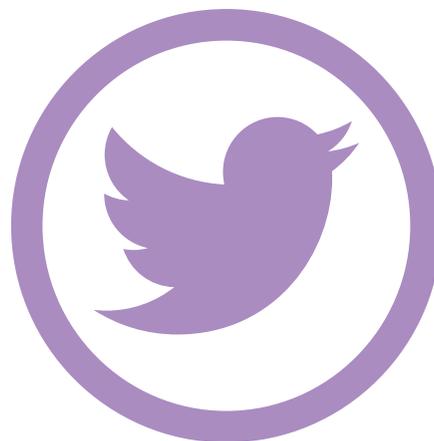
O Facebook é a rede social mais popular do planeta. Só em solo brasileiro, a rede engloba 90% da população que tem acesso à internet. Ou 90 milhões de pessoas para ser mais exato. As atualizações na timeline do Facebook são dinâmicas. Cada usuário recebe um tipo de conteúdo de acordo com o que ele mais curte ou acessa. É assim que o Facebook julga mostrar o conteúdo mais relevante para cada tipo de usuário, utilizando um poderoso algoritmo capaz de absorver informações sobre a navegação de cada pessoa. Por isso, nem sempre visualizamos todas as publicações de determinadas páginas. Recebemos as atualizações das páginas que mais interagimos. Com esse algoritmo que molda a timeline de cada usuário, o Facebook torna-se uma rede social em que a qualidade supera a quantidade. Ou seja, é recomendado que as publicações sejam o mais relevante possível, e moderadas na quantidade.

7. Utilizando as Redes Sociais como Canal de Comunicação

O Twitter é a popular rede dos 140 caracteres. É uma rede social de natureza imediatista, caracterizada por atualizações sobre fatos que estão acontecendo em tempo real. É considerada também uma segunda tela, uma vez que os usuários frequentemente a utilizam para comentar o que está passando na televisão, como noticiários, reality shows, jogos de futebol, premiações e outros programas. A prioridade do Twitter é mostrar o que está acontecendo nesse exato momento, até mesmo pelo fato de o feed ser atualizado de forma cronológica. Mesmo assim, é uma rede social que pode gerar bastante tráfego para qualquer empresa. Com as opções de compartilhar posts (retweets), mencionar outros perfis em uma atualização e responder usuários, é também uma importante ferramenta de relacionamento com a audiência.

O LinkedIn é a maior rede social corporativa do mundo. Se assemelha bastante com as redes de relacionamento, mas a diferença é que o foco é o networking profissional. Ou seja, em vez de amigos, temos conexões, e em vez de páginas, temos companhias. É usado por muitas empresas para recrutamento de profissionais, para troca de experiências profissionais em comunidades e outras atividades relacionadas ao mundo corporativo. Em 2015, atingiu a marca de 21 milhões de usuários no Brasil. Se sua empresa ainda não está no LinkedIn, considere mudar essa situação.

O Instagram é outra rede social bastante popular entre os usuários. As principais particularidades é que é uma rede feita para ser utilizada por dispositivos móveis, e que só aceita conteúdo visual nas publicações. Começou com fotos, mas há algum tempo já comporta também vídeos de até 15 segundos de duração. Defina seus temas e elabore uma grade de conteúdo, produza boas imagens, crie um conteúdo de qualidade e não esqueça de postar com regularidade. Junte tudo isso aos seus objetivos de marketing e faça do Instagram mais uma ferramenta para o sucesso da sua empresa.



8. Importância de Fidelizar seu Cliente através de uma boa Comunicação

Não há como fidelizar clientes sem estar sempre ao seu lado, conhecê-los cada vez melhor e oferecer o que querem, na hora que querem. O que o cliente quer é sentir-se reconhecido e conhecido por sua empresa. Quando ele percebe que suas necessidades e desejos são compreendidos por sua empresa, que você sabe exatamente o que ele precisa e quando precisa, com certeza ele vai ter suas expectativas superadas. Esta é a melhor maneira de fidelizar clientes: conhecer o máximo possível sobre eles e atender suas demandas de forma a surpreendê-los.

As diversas maneiras de como fidelizar um cliente sempre passam por uma postura de superar suas expectativas. Tornar um cliente satisfeito é sua obrigação! O mínimo que ele espera é que seu produto ou serviço o satisfaça concretamente. É preciso ir além e surpreender o cliente! E, mais que isso, de uma maneira consistente e contínua, de forma que o cliente prefira sua empresa em relação às outras, porque sempre tem experiências surpreendentes ao seu lado. Suas expectativas são superadas com frequência.

Clientes satisfeitos tendem a comprar mais e a espalhar as mensagens da empresa para amigos e familiares. Conforme a natureza do negócio, este boca a boca é fundamental, pois os consumidores se sentem confiantes para comprar quando pessoas de sua confiança recomendam. É importante, portanto, trabalhar o engajamento do cliente com a sua empresa e oferecer incentivos para que ele aumente seu volume de compras e também propague a boa reputação dos produtos e

serviços que a empresa produz e comercializa. Aí entram programas de fidelização, recompensas, que se mostram como uma boa estratégia de comunicação e relacionamento.

Uma empresa é um organismo vivo. Ela precisa crescer, se desenvolver, evoluir e estar em constante movimento de exploração de suas potencialidades para cumprir sua missão de negócio. Em suma, ela precisa ser sustentável. Para que o negócio seja sustentável, é preciso que ele se mantenha competitivo, ou seja, que se mantenha vivo no mercado, sempre em busca de uma posição de conforto. É aí que a fidelização de clientes é fundamental. Ao ter clientes que sempre compram e contribuem para colocá-la no topo das preferências entre seus concorrentes, as empresas se fortalecem, se mantêm sustentáveis. Cabou a era da comunicação unilateral. As pessoas querem – e podem – interagir com as marcas. Por isso, é importante criar canais de comunicação que facilitem o diálogo. E mais: é preciso ter uma atuação ativa nos canais que não são controláveis, como as redes sociais, por exemplo. Não há escolha, as pessoas falarão da sua marca nas redes sociais. O que e como elas falarão será definido pela sua atuação, a rapidez com que você dará respostas e o que oferecerá para que elas se engajem e propaguem os valores e a reputação da marca.

O que eu ganho para me manter fiel à sua empresa? Basicamente, é isso que os clientes perguntam inconscientemente o tempo todo. O que sua empresa pode oferecer para que seus

clientes voltem a comprar sempre? As recompensas podem ser tangíveis (descontos, ofertas em primeira mão etc.) ou intangíveis (status, acolhimento, bom relacionamento etc.).

Aos clientes devem ser conquistados todos os dias. Seus níveis de atendimento e de superação terão de crescer continuamente, sempre um passo à frente da expectativa do seu público. E isso só será possível inovando seus produtos e serviços para atenderem os desejos e necessidades do consumidor de maneira cada vez mais surpreendente.

Fidelizar um cliente é uma missão complexa. Mas ao se aproximar dele, muitas oportunidades surgem, como vendas adicionais, vendas de oportunidade, vendas por impulso, aumento do ticket médio e outras. Fidelizar clientes sempre é um bom negócio.

As Dicas apresentadas neste E-book são apenas o início de uma grande jornada para dominar o Marketing de Relacionamento. Se você deseja ser uma empresa em constante crescimento, é preciso estar sempre pronto para se comunicar com seus clientes, onde quer que seja e sempre que necessário. Agora que você já sabe os principais benefícios desta modalidade de marketing e do que precisa para criar uma estratégia eficaz e que irá fortalecer relações, está na hora de colocar as ideias em prática. Conte com Comtele que oferece as melhores ferramentas para te auxiliar em todos os processos necessários, e assim sua empresa poderá obter os melhores resultados!

9. A Empresa

A Comtele é uma empresa especializada em marketing virtual e está no mercado há mais de nove anos e os principais serviços oferecidos são:



SMS



E-MAIL MARKETING



TORPEDO DE VOZ

Temos como foco principal criar novas soluções de comunicação para que os nossos clientes consigam sempre transmitir a melhor mensagem aos seus consumidores através da conexão entre os mundos online e offline.

comtele.com.br



[/Comtele.mktvirtual](https://www.facebook.com/Comtele.mktvirtual)



(16)98130-4898



[atendimento.mltcorp](https://www.skype.com/atendimento.mltcorp)

COMTELE
A MESSAGING COMPANY