ESTRATÉGIAS DE MARKETING NA MELHORIA DO ATENDIMENTO AO CLIENTE

Nara Fernandes SANTANA[1]
Glaucimarcos FAKINE[2]

RESUMO

O marketing estratégico é fundamental para a captação e fidelização de clientes, um conjunto de técnicas que despertam o interesse de compra dos serviços prestados pelo relacionamento, atendimento, diversidade e promoção de vendas. A qualidade no atendimento é um fator que pode determinar o sucesso ou fracasso de um negócio. Se a relação entre funcionários e clientes for satisfatória a empresa será bem sucedida. A busca pela qualidade é muito intensa, ela não é mais uma estratégia de diferenciação no mercado e, sim, uma necessidade de sobrevivência. Para a empresa ganhar confiança no mercado, ela precisa produzir e oferecer produtos e serviços com qualidade, ganhando, assim, durabilidade. Um produto ou serviço de qualidade é aquele que atende perfeitamente, de forma confiável, de forma acessível, de forma segura e no tempo certo às necessidades do cliente. O presente trabalho tem como objetivo o estudo, através de uma revisão bibliográfica, do marketing estratégico na qualidade no atendimento ao consumidor, descrevendo através da análise das estratégias de marketing e sua importância na captação e fidelização dos clientes. Com a globalização, conclui-se a necessidade de estar observando seus concorrentes, gerando uma preocupação em melhorar a qualidade aos serviços prestados por sua empresa. Ressaltando tal importância e enfatizando que esse cenário exige das empresas, principalmente de serviços, acompanhar a evolução tecnológica e o novo perfil dos clientes.

Palavras-chave: Atendimento ao cliente. Serviços. Qualidade. Marketing.

[1]Universidade Camilo Castelo Branco – UNICASTELO, nara.f.santana@hotmail.com
[2]Docente da Universidade Camilo Castelo Branco – UNICASTELO, glaucimarcos@gmail.com