



## A IMPORTÂNCIA DO MARKETING DE RELACIONAMENTO: UM ESTUDO DE CASO NA EMPRESA GLOBAL CELULARES DE MONTE CARMELO LTDA – MG

Rafaela Bruna Pereira Marques<sup>1</sup> ([rafaela\\_bruna16@hotmail.com](mailto:rafaela_bruna16@hotmail.com))

Cassio Raimundo Valdisser<sup>2</sup>

### RESUMO:

**Introdução:** Este trabalho apresenta um estudo de caso realizado na empresa Global Celulares em Monte Carmelo – MG, sobre a importância do marketing de relacionamento. O grau de exigência dos clientes tem sido cada vez maior e as empresas devem procurar sempre a satisfação dos clientes, conhecer as suas necessidades. Além de ouvi-los é importante compreender o que eles esperam de seus produtos e/ou serviços. Nesse sentido, é válido oferecer um tratamento diferenciado no atendimento aos clientes. O diferencial pode ser em produtos e/ou serviços, ou até mesmo uma inovação na forma de pagamento, sempre buscando apresentar novidades, com o propósito de fidelizar um público cada vez maior.

**Objetivo:** Analisar se a utilização do marketing de relacionamento possibilita alternativas para redução da rotatividade de clientes e a satisfação e fidelização dos já existentes.

**Metodologia:** Foi realizada pesquisa bibliográfica em livros, artigos e periódicos, sobre a temática pesquisada. Realizou-se ainda uma pesquisa exploratória com a aplicação de um questionário para 20 (vinte) clientes da empresa.

**Resultados:** Diante dos resultados da pesquisa vimos que a maior parte dos clientes está satisfeita com o que adquiriu de produtos e/ou serviços, podendo recomendar a empresa para outros clientes, levando a empresa à excelência na venda de produtos e/ou serviços.

**Considerações finais:** A concorrência tem crescido e exigido das empresas cada vez mais em busca de novas estratégias que visam atrair clientes para o negócio, porém, muito mais do que isso, é necessário a conversão lucrativa de clientes, o que pode ser medido a partir da utilização de estratégias que valorizam um pós-venda, o atendimento e o relacionamento com os clientes e, atualmente uma garantia de uma maior satisfação para os clientes, além de superar as suas expectativas, diminuindo assim as taxas de rotatividade de clientes. O foco no relacionamento é imperioso, o cliente exige da empresa muito mais do que produtos e/ou serviços, os clientes hoje estão mais informados,

<sup>1</sup> Graduanda do Curso de Bacharelado em Administração da Fundação Carmelitana Mário Palmério – FUCAMP.

<sup>2</sup> Orientador – Prof. Me. do Curso de Bacharelado em Administração da Fundação Carmelitana Mário Palmério – FUCAMP.



querem negociar com a empresa em que confiam, e não com aquelas que tentam impor os seus produtos e/ou serviços e que não atendem as suas necessidades. Conclui-se, portanto, que para manter seus clientes fiéis a empresa deve possuir sempre um foco estratégico, conquistar a confiança de seus clientes e investir nos seus funcionários, de modo a mantê-los preparados a identificar e atender aos diferentes perfis de clientes que procuram a empresa.

**PALAVRAS-CHAVE:** Satisfação e fidelização. Marketing de relacionamento. Rotatividade de clientes.