

Título: GESTÃO DE RELACIONAMENTO COM O CLIENTE: ESTRATÉGIAS DE VENDAS

Autores: FONSECA, E. A.; REIS, M. D. S.; FELIX, Q. A. A. G.; SOUZA, J. F. S.

Resumo:

O presente artigo procura descrever como as técnicas de vendas podem auxiliar na melhoria da relação de uma empresa com o seu cliente através do conceito de vendas. Tal abordagem se justifica que a eficiência do gerenciamento do relacionamento com o cliente se utilizando de estratégias de vendas para sua fidelização. O mundo empresarial está cercado de diversas prerrogativas que são de extrema importância para o sucesso de qualquer empresa entre elas está o processo de vendas e a gestão de relacionamento com o cliente que tem como objetivo desenvolver bases sólidas com pessoas e organizações que podem, direta ou indiretamente, afetar o sucesso das atividades de marketing de uma empresa ou profissional autônomo. Nota-se então perceptível mudança na abordagem do marketing atual, migrando-se da prática de atrair consumidores para a opção de retê-los, estabelecendo relações duradouras. Para que isso funcione, um programa de relacionamento ou de fidelidade deve agregar junto ao processo de vendas e oferta do serviço uma grande plataforma de interação do profissional com o cliente. Toda essa gestão tende a criar um consumidor com alto grau de satisfação que por sua vez provavelmente transmitirá suas experiências positivas ao adquirir determinado produto ou serviço. A metodologia utilizada será aplicada através de questionário quantitativo em salões de beleza, onde o resultado previsto é a melhoria da relação de uma empresa com o seu cliente.

Palavras-chave: Relacionamento, Estratégia, Fidelização.