

MUITO + GESTÃO

Anais da Semana Científica e de Extensão

Escola de Negócios - Univali
Curso de Administração
Campus de Biguaçu

Marketing de relacionamento como ferramenta para fidelização de clientes: um estudo da empresa Closet Girls

Amanda Soares¹

Mileide Marlete Ferreira Leal Sabino²

RESUMO

O mercado atual está cada vez mais competitivo, fazendo com que as empresas invistam no marketing, buscando principalmente o foco, o relacionamento e a fidelização do cliente. Esta pesquisa teve como principal objetivo analisar o grau de contribuição do marketing de relacionamento para a fidelização de clientes da empresa Closet Girls. Sendo que os objetivos específicos foram o de identificar o perfil dos clientes atuais da empresa estudada, conhecer o perfil dos potenciais clientes que a empresa poderá realizar a captação, avaliar o marketing de relacionamento da Closet Girls por meio de uma pesquisa de comportamento do consumidor e satisfação dos clientes e, por fim, propor estratégias para a fidelização dos clientes da empresa por meio da ferramenta 5w5h com base nos dados coletados da pesquisa. Quanto à metodologia esta pesquisa caracterizou-se como descritiva, com aporte teórico da pesquisa bibliográfica, seguido da pesquisa documental e o método de estudo de caso, cuja abordagem foi quantitativa e qualitativa. A amostragem foi do tipo não probabilística por acessibilidade para os clientes potenciais e censo para clientes atuais. Os dados foram coletados por meio de um questionário aplicado com clientes atuais e potenciais da empresa, totalizando uma amostra de 403 respondentes. Diante da presente pesquisa, foi possível analisar a média de satisfação dos clientes atuais, e conferir o perfil dos clientes potenciais. Quanto aos resultados, ambos apresentaram resultados satisfatórios para a empresa principalmente aos atributos voltados para atendimento e preço. Porém, alguns itens ficaram abaixo das expectativas, como a insatisfação referente à falta de estacionamento, a variedade de produtos referentes a tamanhos. A partir dos resultados da pesquisa, foi possível apresentar um plano de ação com estratégias voltadas para o marketing de relacionamento e a fidelização de cliente, além de proporcionar para a empresa a mudança e inovação para o empreendimento.

Palavras-chave: Marketing; Marketing de Relacionamento; Fidelização

¹ Acadêmico (a) do Curso de Administração, UNIVALI – Campus Biguaçu/SC. amaaanda.soares@gmail.com

² Prof^a. MSc. Orientadora, UNIVALI – Campus Biguaçu/SC. mileide.sabino@univali.br