



O sucesso da sua empresa está relacionado à satisfação do público. Por isso, é importante considerar que as pessoas estão mais exigentes, informadas e têm opções variadas de produtos e serviços na Internet. Então, seu negócio precisa direcionar o foco no relacionamento com o cliente.

Dessa maneira, é possível atingir a fidelização, elevando o ciclo de vida do cliente e o nível de parceria dele com a sua empresa. Trata-se de um compromisso que você deve estabelecer com o público, especialmente na área de vendas e marketing.

1. SAIBA QUEM É O SEU CLIENTE

Se você busca encantar e reter seus clientes, o primeiro ponto é entregar valor de acordo com as necessidades dele. Para isso, é importante saber quem faz parte do público que sua empresa atende.

Aqui a questão é considerar características mais específicas para que você possa identificar o perfil, comportamento, necessidades, objetivos e outros aspectos para adotar uma política eficiente de relacionamento com o consumidor.

Além disso, com essas informações, é possível treinar melhor sua equipe para que ela entenda como deve ser a abordagem mais adequada. Afinal, os profissionais saberão com quem estão conversando.

Para descobrir as características dessas pessoas, é possível fazer pesquisas de mercado, assim como entrevistar seus clientes mais

próximos ou usuários das redes sociais que se interessam pelos produtos e serviços de seu setor.

2. SEJA EMPÁTICO

Quando o assunto é o relacionamento com o cliente, é imprescindível utilizar habilidades socio - emocionais, como a empatia. Isso porque você está lidando com pessoas. Cada uma tem uma história de vida diferente e, portanto, busca um atendimento que se identifique com ela.

Então, a dica é sempre se colocar no lugar do cliente para que seja possível compreender melhor suas necessidades e o que ele espera.

E, nesse aspecto, é necessário escolher com bastante critério a sua equipe. A ideia é identificar, além da capacitação técnica, a forma como é o relacionamento interpessoal dos profissionais. Desse modo, você se certifica de que os seus clientes serão bem atendidos.

3. MANTENHA UMA COMUNICAÇÃO FREQUENTE

A postura empática não deve ocorrer apenas no momento de oferecer um produto, mas em todo o atendimento, especialmente no pós-venda. Assim, é importante manter uma comunicação constante com o público.

É possível, por exemplo, perguntar se está tudo certo com a compra ou se ele precisa de algum auxílio. Enviar felicitações em datas especiais por e-mail marketing também é uma forma de mostrar que a sua empresa busca cultivar um relacionamento próximo.

4. CUMPRA O QUE FOI ACORDADO

Os clientes buscam organizações que sejam transparentes em suas relações. Então, é essencial demonstrar que é possível confiar na sua empresa. Para isso, deixe sempre claro quais são os prazos, se há algum custo a mais ou outros fatores no momento de negociar.

E, é claro, cumpra sempre o que foi acordado. Os imprevistos podem surgir, mas em caso de qualquer problema, avise o cliente com antecedência. É o caso de um tempo de entrega maior ou qualquer outra falha em algum processo.

A comunicação transparente é uma forma de evitar perder uma venda e ainda estreitar o relacionamento com o cliente, mostrando que a satisfação dele vem em primeiro lugar.

A ideia é sempre resolver os problemas com agilidade e ser proativo. Com isso, você identifica erros que possam atrapalhar a concretização de um negócio de forma antecipada.

5. DEMONSTRE QUE SUA EMPRESA É PARCEIRA

Para que o cliente enxergue sua empresa como parceira, é preciso respeitar as escolhas dele. Então, caso uma pessoa não queira receber comunicações constantes por e-mail ou aplicativos de mensagens, por exemplo, leve isso em consideração.

Esteja ainda atento a qualquer queixa do público em seus canais de atendimento ou nas redes sociais. Nessas situações, entre em contato com o cliente para entender o que aconteceu e, se possível, buscar uma solução.

Ter essa postura ativa pode ajudar, inclusive, na recuperação de um cliente que, por qualquer motivo, deixou de comprar com a sua empresa.

6. FAÇA PESQUISAS DE SATISFAÇÃO

Muitas vezes, pode ser difícil identificar se o relacionamento está de acordo com o que o cliente espera. A solução é utilizar pesquisas de satisfação. Por exemplo, enviar um formulário com poucas questões, por e-mail, para descobrir a opinião do público a respeito do atendimento prestado.

Depois de ter as respostas em mãos, é o momento de mensurar os resultados. Com isso, você pode pensar em ajustes na hora de se relacionar com o cliente e até obter sugestões de melhorias, podendo manter um contato de mais qualidade.

7. LEVE CONTEÚDOS EDUCATIVOS PARA O SEU PÚBLICO

Para, de fato, encantar o seu cliente e se aproximar dele, é essencial implementar um blog em seu site. Nele, devem ser publicados conteúdos com temas da sua área de atuação. Além de demonstrar que sua empresa é autoridade no assunto, você leva educação e aquece o público.

Trata-se de uma estratégia de marketing de conteúdo para que sua empresa possa captar clientes que estejam procurando pelo seu produto ou serviço na internet. Além disso, você fideliza o público atual, que continua a parceria, pois nota que seu negócio tem expertise na área.

A proposta é produzir conteúdos de qualidade e com frequência para que o cliente possa se informar e estar a par das atualidades do seu setor. Assim, sua empresa pode ser lembrada quando ele estiver no momento de decisão de uma compra.

"Contudo, se você ao menos se questionou se essa era única forma de viver, aí sim você teve evolução..."