

Aproxime-se de seu cliente

*por Flavio Paim Rodrigues**

Em todos os momentos de sua existência, uma empresa se relaciona com públicos distintos: clientes, potenciais clientes, colaboradores, fornecedores, prestadores de serviço, parceiros de negócios, governo e tantos outros públicos, que podem variar em função do ramo de atividade do negócio.

A maneira como cada empresa conserva os relacionamentos com os diferentes públicos pode fazer a diferença no sucesso do negócio, tanto em momentos de dificuldade quanto nos momentos de maior tranquilidade no mercado. Nesse texto, dividido em duas partes, são abordadas premissas importantes no relacionamento com dois grupos de pessoas fundamentais em um negócio: os clientes e seus colaboradores.

Bons gestores empresariais sabem que a conquista de novos clientes é uma tarefa que demanda investimento, esforço, dedicação contínua e que um negócio de vanguarda é voltado para o atendimento dos desejos e necessidades dos seus consumidores.

Evidentemente, a conjuntura geral do mercado atual é desafiadora, o consumidor nunca esteve tão bem informado e nunca teve tantas opções como possui atualmente. Nesse contexto, manter a lealdade dos clientes às suas marcas é um desafio constante no cotidiano das empresas. Para que esse desafio possa ser superado, é essencial que as marcas busquem se aproximar do seu público consumidor, procurando se relacionar com esse público de forma eficaz.

Entretanto, para que esse relacionamento possa ser aprimorado é necessário que a companhia conheça realmente o seu cliente. Mas, para conhecer o cliente, não basta apenas saber o seu nome, é preciso conhecer os seus hábitos, gostos e maneira de pensar. Com esse conhecimento a aproximação com o cliente se torna muito mais fácil, assim como a chance desse cliente ser fiel à empresa.

É importante ressaltar que o cliente é o principal ativo de uma organização, é ele que faz com que as receitas aconteçam e sem ele a empresa perde a razão de sua existência, ou seja, uma empresa sem clientes simplesmente deixa de existir. Desse modo, o cuidado com os clientes merece a atenção de todos dentro de uma organização, não importando qual papel a pessoa exerça na companhia, todos podem (e devem) direcionar os seus esforços pensando em novas maneiras de atender melhor e de manter a fidelidade dos consumidores à marca.

O sucesso de uma empresa passa diretamente pelo cuidado que ela tem com os seus clientes, afinal se a empresa não cuidar deles, algum concorrente irá cuidar.

No próximo texto trataremos sobre o relacionamento com outro público essencial no cotidiano das empresas: os colaboradores.