

**Afinal o que significa
Atendimento ao
CLIENTE?**

Sergei Marçal Serbin

MARKETING

◆ Marketing- (ingl) s.m.- Aurélio

1-Conjunto de estratégias e ações que provêem o desenvolvimento, o lançamento e a sustentação de um produto ou serviço no mercado consumidor.

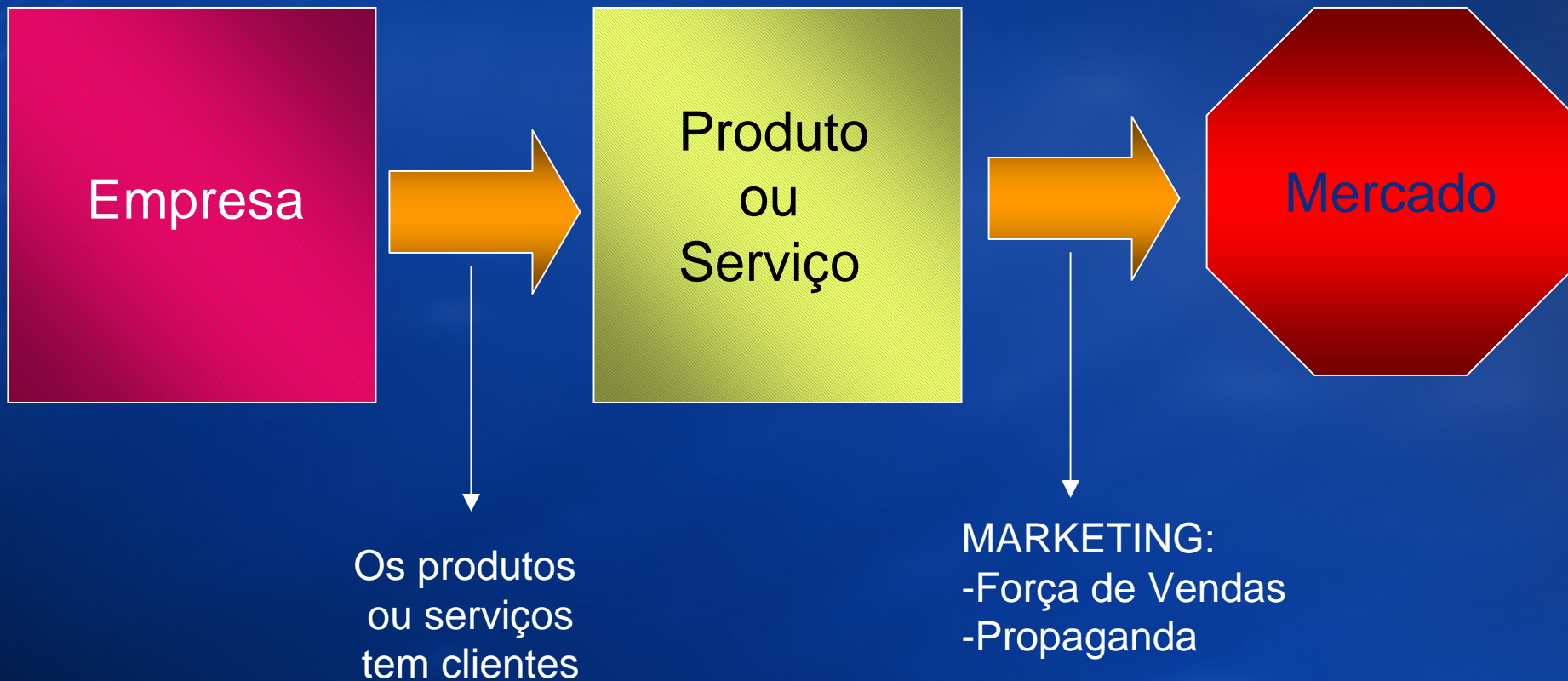
2- P. ext. Conjunto de estratégias e ações que visam aumentar a aceitação e fortalecer a imagem de pessoa, idéia, empresa, produto, serviço, etc, pelo público em geral, ou por determinado segmento desse público.

O que é Marketing????

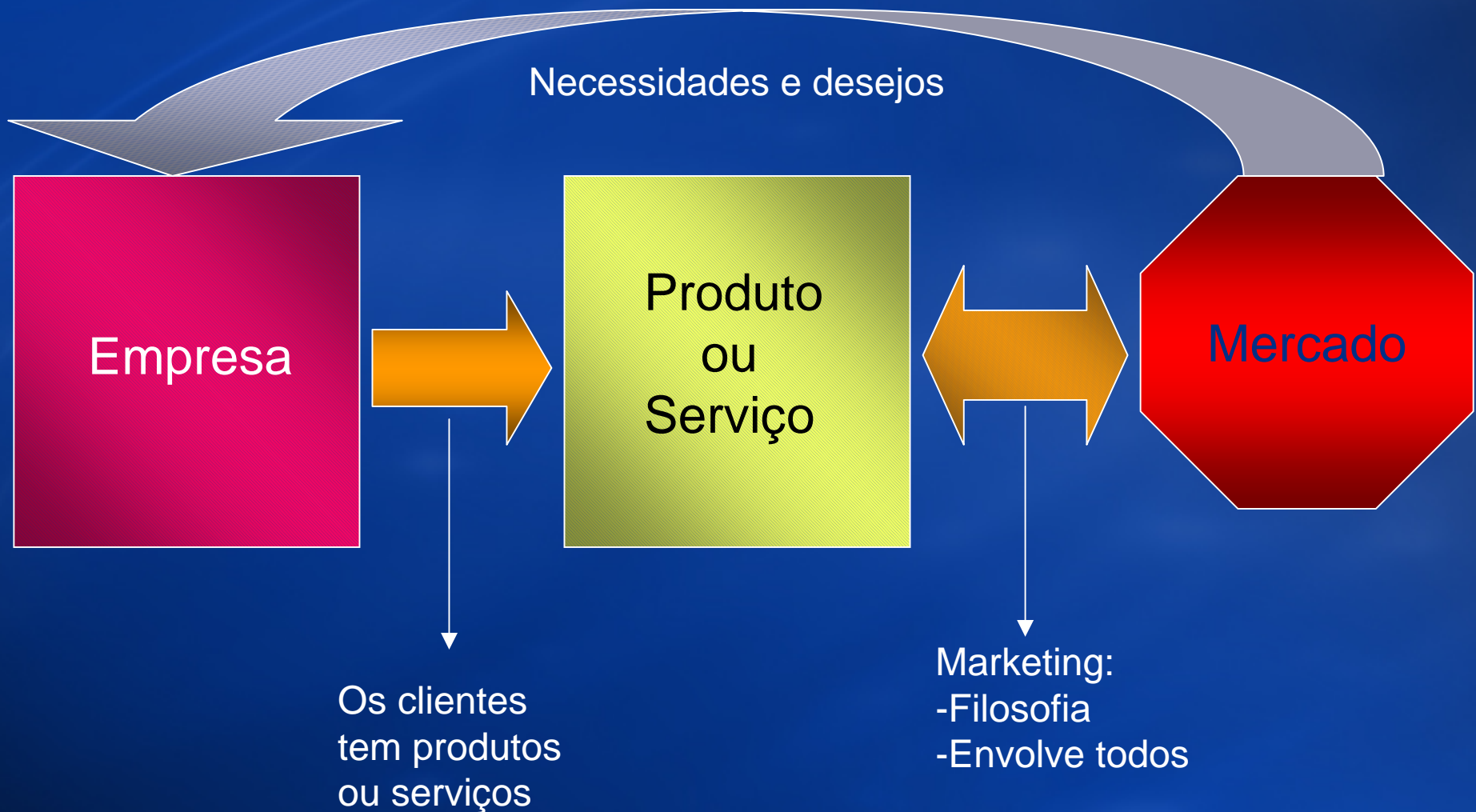
- ◆ "marketing é tão básico que não pode ser considerado uma função em separado. Marketing é o negócio visto do ponto de vista do seu resultado final, ou seja do ponto de vista do CLIENTE. O sucesso nos negócios não é determinado pelo produtor, mas pelo consumidor".

Peter Drucker

Ontem e ainda hoje....



A empresa que sobreviverá....



Diversas forças estão tornando a Empresa Centrada no Cliente numa necessidade competitiva .

Importância crescente do cliente

- **Não aceitação da falta de qualidade no produto ou serviço.**
- **Exigência de soluções e relacionamento com o fornecedor.**
- **Acesso crescente à informação e conhecimento.**
- **Formação de comunidades de consumidores.**

Diversas forças estão tornando a Empresa Centrada no Cliente numa necessidade competitiva .

Ambiente de negócio em rápida mudança

- **Exigência de constante adaptação.**
- **Competição cada vez mais intensa.**
- **Diminuição das diferenças entre produtos e serviços concorrentes.**

Diversas forças estão tornando a Empresa Centrada no Cliente numa necessidade competitiva .

Evolução dos canais e tecnologias de interação com o cliente

- Internet.
- Novas abordagens a canais existentes (automatização da forças de vendas, call centers, distribuidores).
- Unificação das fontes de informação.
- Capacidade e necessidades crescentes de operar entre canais.

O foco da competição move-se para melhor compreender, definir e satisfazer as necessidades do cliente...

...ou estimular seus desejos!

ZONA DE CONFORTO

PARADIGMAS

FÓRMULA DO ENTUSIASMO

VALOR AGREGADO E O DIFERENCIAL COMPETITIVO

**CÍRCULO DE
CONTROLE, INFLUÊNCIA
E PREOCUPAÇÃO**

O CLIENTE EM SEGUNDO LUGAR

PLANEJAMENTO E METAS

Você tem escolha!!!!!!

- ◆ **Não podemos decidir como o mercado vai reagir, contudo podemos escolher que tipo de valor vamos oferecer ao mercado e à comunidade.**
- ◆ **Planeje! Onde você quer chegar?**
- ◆ **Saia da sua Zona de Conforto!**
- ◆ **O que VOCÊ pode fazer melhor para encantar seu CLIENTE?**

BATE PAPO!!

Sergei Marçal Serbin