

# Como fidelizar e satisfazer seus clientes: um estudo de caso na empresa Sul Cópias

Gabriele de Moraes 1, Priscila Garcia de Oliveira 2

1 Autora, Curso de Administração, Faculdade Dom Alberto

2 Orientadora, Curso de Administração, Faculdade Dom Alberto

## INTRODUÇÃO/OBJETIVOS

Procurar satisfazer o cliente, que tem se tornado cada vez mais exigente devido à concorrência acirrada do mercado, oferecer serviços de qualidade e um bom atendimento, de forma a fidelizá-lo torna-se fundamental para a sobrevivência das empresas. Considerando isso, desenvolveu-se um estudo de caso na empresa Sul Cópias, atuante no ramo de gráfica expressa, apresentando como principal objetivo apontar estratégias para fidelização de clientes.

## METODOLOGIA

A metodologia utilizada para desenvolver este trabalho foi uma pesquisa aplicada, de caráter descritivo, com abordagem qualitativa e quantitativa. Realizaram-se pesquisas bibliográficas com diversos autores, como Boone (1998), Churchill (2005), Czinkota (2001), Kotler (2000), Las Casas (2001), McKenna (1999), Whiteley (1999), com o intuito de compreender as estratégias de marketing utilizadas na retenção de clientes.

## RESULTADOS/DISSCUSSÕES

Construíram-se gráficos para análise e verificação dos resultados. Dados coletados mostram que os clientes que procuram a empresa são pessoas mais jovens, com grau de instrução elevado e de classe média,

procurando diversos serviços que a empresa oferece. Apesar de o preço ser fundamental, a maioria dos clientes retorna à empresa pelo atendimento que ela presta, sendo considerado satisfatório, conforme gráfico:



Conclui-se com isso que é necessário que a empresa saiba quem são os seus clientes e o que eles procuram. A partir disso, pode-se sugerir ideias de como melhorar constantemente o serviço para atrair e reter novos clientes e, conseqüentemente, obter mais lucro.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BOONE, Louise E. *Marketing Contemporâneo*. 1998.
- CHURCHILL, Gilbert A. *Marketing: criando valor para o cliente*. 2005.
- CZINKOTA, Michael R. *Marketing: as melhores práticas*. 2001.
- GIL, Antonio Carlos. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 2002.
- KEEGAN, Warren J. GREEN, Mark C. *Princípios de marketing global*. 2006.
- KOTLER, Philip. *Administração de marketing: a edição do novo milênio*. 2000.
- \_\_\_\_\_, Philip. *Princípios de Marketing*. 1995.
- \_\_\_\_\_, Philip. KELLER, Kevin L. *Administração em Marketing*. 2006.
- LAS CASAS, Alexandre Luzzi. *Plano de marketing para micro e pequena empresa*. 2001.
- MARCONI, Marina de Andrade. LAKATOS, Eva Maria. *Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise de dados*. 2007.
- McKENNA, Regis. *Marketing de Relacionamento*. 1999.
- WHITELEY, Richard C. *A empresa totalmente voltada para o cliente*. 1999.