



marvel consulting

○ QUE INTERESSA AOS CLIENTES?

**Descobrimo e Avaliando Atributos
de Produtos e Serviços**

Andréa Lucas Fagundes
Marvel Consulting

Porto Alegre, 18 de Maio de 2004

Quem são e o que pensam os clientes:

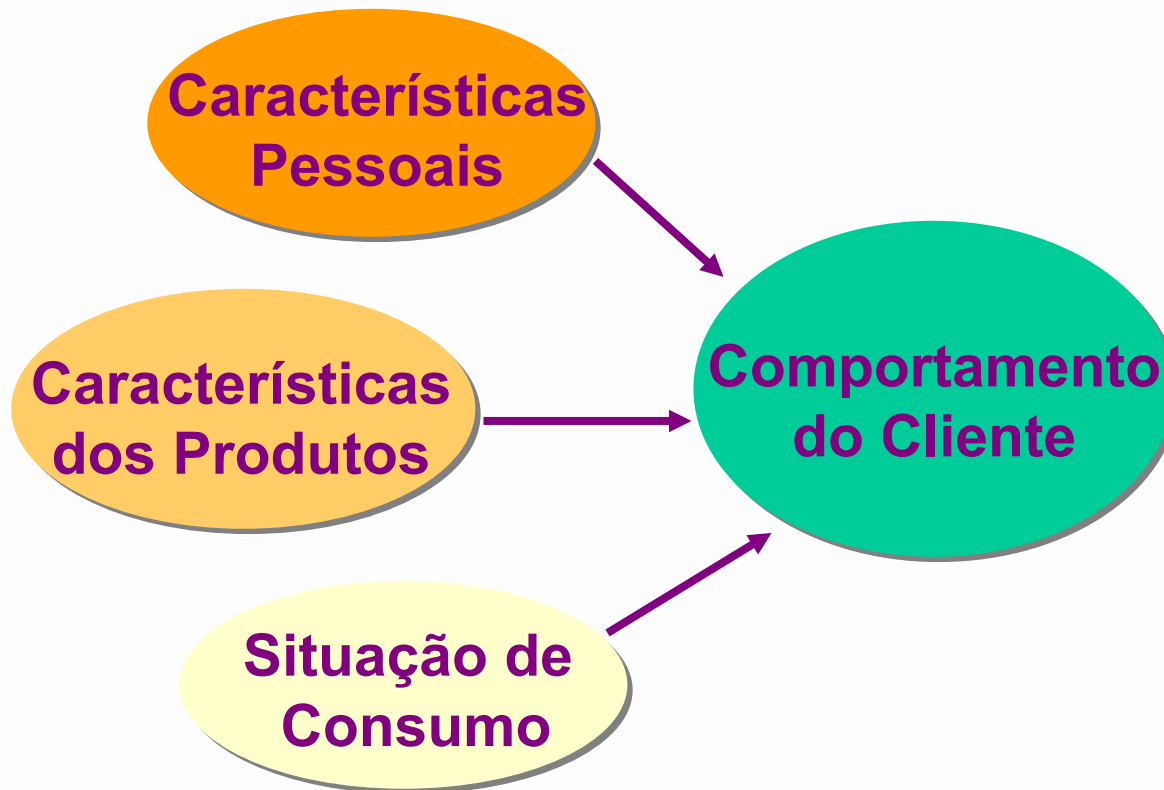
Que clientes você está servindo hoje?

Por que meio(s) você atinge seus clientes?

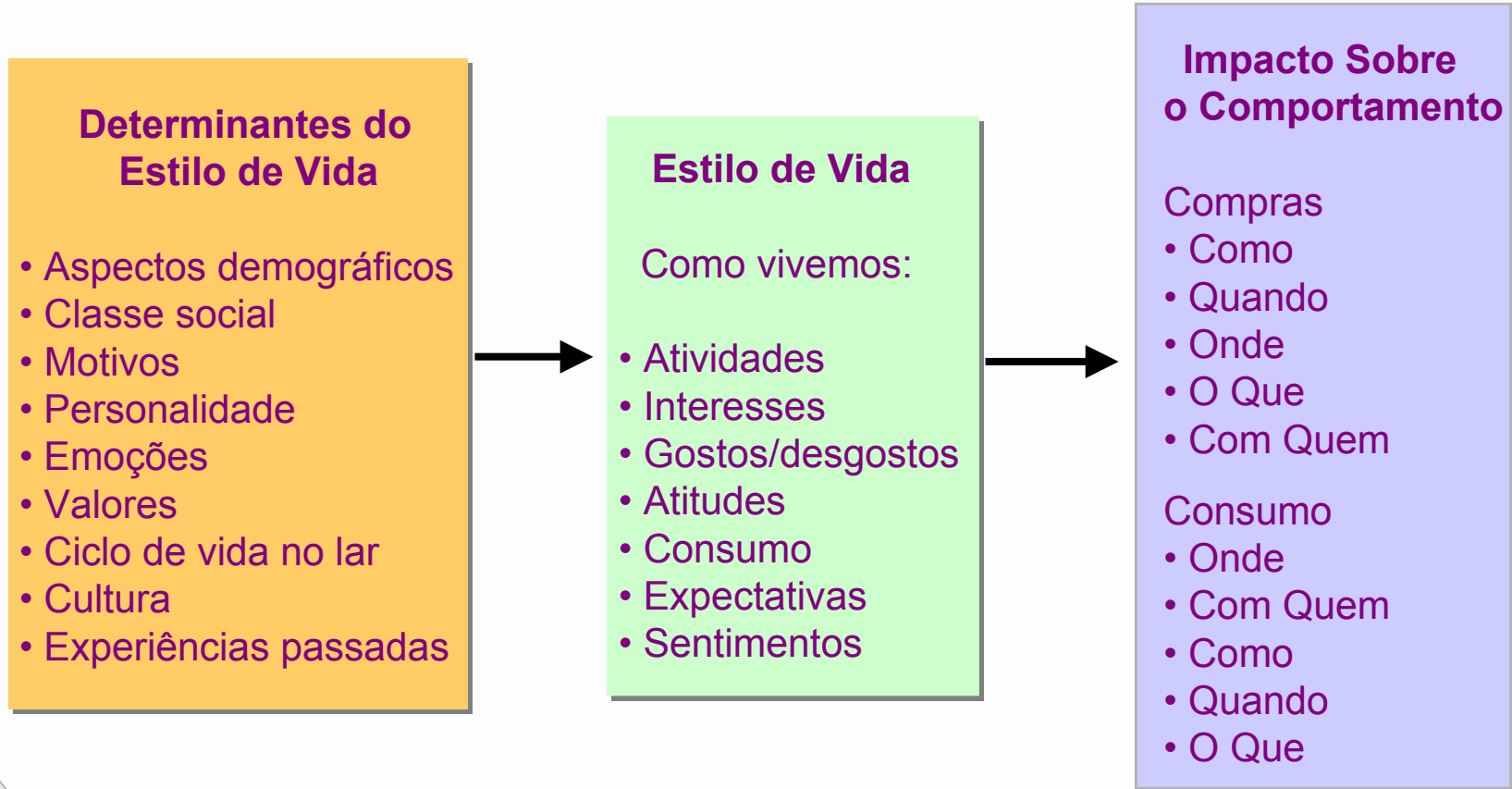
O que querem seus clientes?

**AS NECESSIDADES DE SEUS CLIENTES
ESTÃO SENDO SATISFEITAS?**

● **Comportamento do Cliente é Específico para cada Produto, Situação ou Pessoa**



Influências no Comportamento do Cliente: Estilo de Vida



Influências no Comportamento do Cliente: Situacionais

Situação de Comunicação: a situação em que os clientes recebem informação que repercute em seu comportamento

Situação de Compra: afeta a seleção do produto

Situação de Uso: o produto selecionado depende da situação em que será consumido

Processo Decisório do Cliente

- Reconhecimento do Problema
- Busca de Informação
- Avaliação de Alternativas
- Compra
- Experiência Pós-compra
- Satisfação ou Insatisfação do Cliente

Exemplo de Atributos que Determinam a Satisfação do Cliente



Como Descobrir o que Determina a Satisfação dos Clientes?

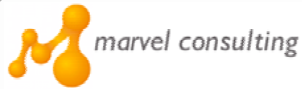
- Ouvindo a “Voz do Cliente”
- Como?
- Como utilizar as informações?



Ouvindo a “Voz do Cliente”

Conhecer a PERCEPÇÃO dos clientes sobre os produtos e serviços prestados

Descobrir, sob a ótica dos clientes, quais são os atributos da qualidade importantes



Como? Estudo Qualitativo

Definição do Perfil representativo do segmento a ser investigado

Coleta Qualitativa de Dados
Entrevistas em Profundidade/ Discussão de Grupo

Análise Qualitativa de Dados
Reter a “VOZ DO CLIENTE”

Identificação dos Atributos da Qualidade

Estudo Qualitativo - Exemplo

IMAGEM

Bons Serviços

“Trabalhamos com eles desde o início da nossa empresa porque está tudo bem. Continuamos fiéis apesar de os concorrentes baterem na nossa porta todo dia. Como estamos sendo bem atendidos, somos parceiros, temos tudo sempre bem resolvido.”

PREÇO

Descontos

“Dão uns descontos para nós, sempre tem briga aí, tem que brigar bastante, tinham que dar desconto maior, somos clientes.”

Estudo Qualitativo - Exemplo

PRODUTO

Qualidade Constante

“Olha, a qualidade é aquilo que eu necessito, então, diria que eles estão oferecendo o que o mercado está oferecendo. E, com relação à questão de qualidade versus custos, eu te diria que está dentro do mercado, com uma condição de preço melhor que o mercado.”

CANAL/ACESSO

Rede de Agentes

“Falta alguém que esteja aqui nos ouvindo, poderia vir alguém conversar sobre o produto, acompanhar minhas necessidades, ver detalhes, oferecer um produto adequado, que cubra os riscos que tenho. Na maioria das vezes eu procuro o corretor para cotar preços...”

Como?

Estudo Quantitativo

Definição do Questionário Quantitativo
(baseado no estudo Qualitativo)

Projeto da Amostra e sua Seleção

Coleta de Dados
(pessoalmente, por telefone, por e-mail, pelo correio)

Tratamento Estatístico dos Dados - RESULTADOS

Estudo Quantitativo - Exemplo

Sobre o Produto, por favor avalie:

Qualidade Constante

Complexidade

Freqüência de Compras

Avalie os Serviços quanto a:

Confiança

Tranqüilidade

Atendimento Diferentes Expectativas

Homogeneidade

Estudo Quantitativo - Exemplo

Em relação aos Preços, avalie:

Nível de Preços

Desconto

Forma de Pagamento

Avalie o Canal/Acesso:

Rede de Agentes

Sistemas

Serviços

Avalie a Imagem, quanto a:

Reputação

Segurança

Confiabilidade

Bons Serviços



Como Utilizar as Informações?

**Entender
Mercados
e Clientes**

**Envolver os
Clientes no
Projeto de
Produtos e
Serviços**

**Promover
e Vender
Produtos e
Serviços**

**Envolver os
Clientes no
Fornecimento
de Produtos
e Serviços**

**Fornecer
Serviços
ao
Cliente**

**Gerenciar
Informações
relativas
ao Cliente**

Atividades

**Entender o
Ambiente de
Mercado**

**Entender as
Necessidades
e Desejos
do Cliente**

**Segmentar
os Clientes**

**Desenvolver
Novos
Conceitos e
Planos de
Produtos
e Serviços**

**Projetar,
Construir e
Avaliar
Protótipos**

**Refinar e
Personalizar
Produtos
ou Serviços
e, então,
Testar sua
Eficácia**

**Assegurar
Canais de
Distribuição**

**Estabelecer
Preços**

**Desenvolver
Publicidade e
Estratégias
Promocionais**

**Desenvolver
e Distribuir
a Força
de Vendas**

**Desenvolver
Clientes**

**Oferecer
Várias Opções
de Entrega
para tornar-se
o “Fornecedor
Escolhido”**

**Utilizar
Entrega
Personalizada
para Atrair e
Reter os
Principais
Clientes**

**Identificar as
Necessidades
de Entrega
dos Clientes**

**Desenvolver
Capacidade de
Distribuição**

**Estabelecer
Excelência
em “Pontos
de Contato”**

**Construir
Cooperação
de toda a
Empresa com
os “Pontos
de Contato”**

**Treinar
Empregados
para Melhorar
as Expectativas
dos Clientes
em relação
aos Produtos
e Serviços**

**Construir
Perfis
dos
Clientes**

**Estabelecer
Informações
sobre
Produtos
e Serviços**

**Medir o
Desempenho
e a Satisfação
do Cliente**



marvel consulting

○ QUE INTERESSA AOS CLIENTES?

**Descobrimo e Avaliando Atributos
de Produtos e Serviços**

Andréa Lucas Fagundes
Marvel Consulting

Porto Alegre, 18 de Maio de 2004