



# FORMAÇÃO ORACULAR

*Técnicas para Profissionalizar o Atendimento*

**AULA 8**



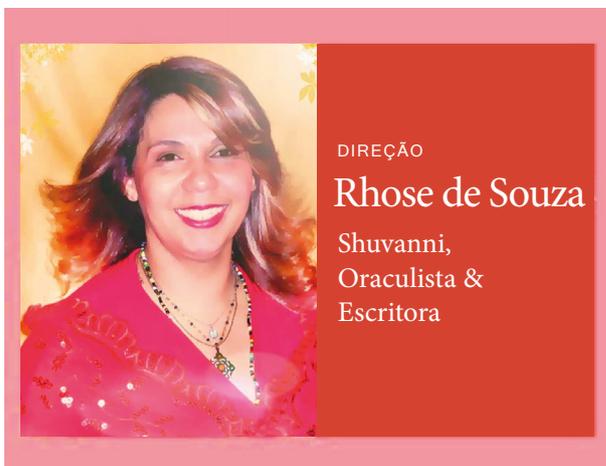
**UNIVERSIDADE HOLÍSTICA**

*Carmem Romani Sunacai*



### **NOSSOS OBJETIVOS:**

- Levar o conhecimento da Cultura e Tradição Cigana.
- Oferecer cursos e atendimentos que proporcione a busca do conhecimento e autoconhecimento individual e em grupo.
- Nossa meta é atender a necessidade da busca do ser para o seu crescimento. Sejam bem-vindos!



### **FACILITADORA:**

Shuvani - Tsara Gitana Carmem Romani Sunacai  
Oraculista, escritora, numeróloga e orientadora metafísica.

*“É uma honra compartilhar meus conhecimentos para que você encontre seu caminho de destino e evolução”.*



UNIVERSIDADE  
HOLÍSTICA  
*Carmem Romani Sunacai*

# PETIT LENORMAND

*e o método da Mesa Real*

**INÍCIO 05/08**

QUINTAS - DAS 20H AS 22H

**8 AULAS,  
EBOOK  
CERTIFICADO**

Um método completo e muito eficiente, que abrange diversas áreas da vida do consultante, como: Sentimental, relacionamentos, profissional, finanças, espiritualidade, etc.

Indispensável para qualquer cartomante e seu baralho cigano.

**Investimento: 170,00**  
em até 3X (Pix, cartão ou boleto bancário)



# COMO FIDELIZAR O CLIENTE

**C**omo fidelizar clientes, transformá-los em fãs e crescer de forma sustentável a partir daí? Difícil encontrar um negócio que não esteja em busca desse objetivo. Afinal, ninguém quer ver os clientes que trabalhou duro para converter sumindo antes de saber o que aconteceu, concorda?

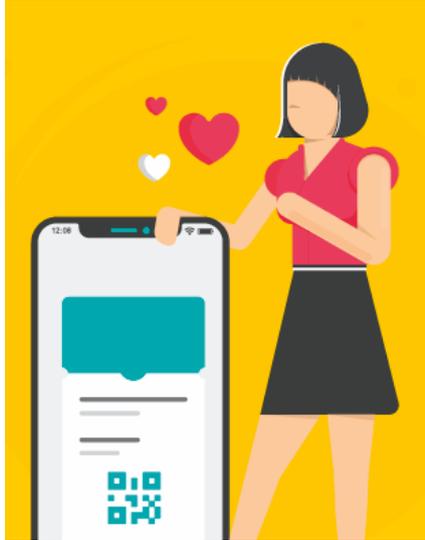
Saber como fidelizar clientes tornou-se imperativo para qualquer trabalho, especialmente em razão de um mercado saturado de produtos e serviços semelhantes ao seu.

Mas é importante entender que essa fidelização vai além de oferecer um atendimento de qualidade. Trata-se de gerar engajamento, criar valor, estreitar o relacionamento com uma comunicação objetiva e transparente, superar as expectativas e garantir a satisfação do cliente.

Olhando assim, o processo de fidelização de clientes pode parecer trabalhoso – e de fato é. Mas não veja como uma missão impossível. Então, se você está procurando formas eficientes de criar e manter clientes fiéis, está no lugar certo.

Ao final da leitura, você estará apto para implementar estratégias para conquistar seus clientes e mantê-los fazendo com que voltem a procurá-lo mais vezes.

## O que é a fidelização de clientes?



A fidelização de cliente pode ser definida como uma espécie de termômetro, que mede a probabilidade de consumidores fazerem negócios com você de forma contínua e repetida. No entanto, ela pode assumir outros significados diferentes.

Para alguns, fala-se de fidelização do cliente quando um cliente só compra de marcas específicas. Por exemplo, você compra tênis de uma mesma marca religiosamente, mesmo não sendo a opção mais conveniente ou a mais barata.

Já outros dizem que a fidelidade do cliente nem sempre está refletida na quantidade de compras, mas em como as pessoas defendem e indicam seu trabalho para

seus conhecidos. Ou seja, nesse caso, estamos falando não apenas de consumidores, mas de promotores.

Seja como for, cabe a cada um decidir como define essa fidelização, se é com base no tamanho ou na frequência dos negócios, se é com base na lealdade com a marca ou de acordo com o engajamento existente entre ela e seu público.

A única certeza é de que não faltam razões para apostar na ideia.

## Motivos para fidelizar o seu cliente

É sempre válido lembrar que manter os clientes existentes é tão importante quanto conseguir novos clientes. A verdade é que clientes fiéis são extremamente valiosos para qualquer trabalho. Assim, não estimular a fidelização pode fazer com o seu trabalho acabe perdendo mais clientes do que ganhando. Nesse contexto, selecionamos alguns dos motivos mais importantes para fidelizar seu cliente.



## Negócios contínuos

Os clientes fiéis comprarão seus produtos ou serviços repetidamente se estiverem satisfeitos com o serviço que estão recebendo. Além disso, eles tendem a fazer mais de uma transação e têm maior probabilidade de experimentar diferentes produtos ou serviços que você oferecer.

## Oportunidades de vendas cruzadas (cross selling)



Clientes fiéis confiam em você para fornecer produtos ou serviços de qualidade, além de um bom atendimento ao cliente. Isso cria a oportunidade perfeita para atender às necessidades deles, identificando outros produtos que vc poderá oferecer, que casam perfeitamente com essas necessidades e que, por isso, podem ajudar seus clientes a alcançarem seus objetivos. É o que chamamos de venda cruzada ou cross selling. A tática pode aumentar o seu volume de vendas sem que seja preciso se concentrar demais em atrair novos clientes.

## Marketing boca a boca

Clientes fiéis acabam tornando-se verdadeiros embaixadores do seu trabalho. Ao proporcionar a eles uma experiência positiva, é mais provável que compartilhem essa experiência com amigos e familiares.

Partindo da idéia de que a maioria das pessoas são influenciadas por outras que conhecem, seus clientes fiéis oferecem ao seu trabalho um avanço positivo quando se trata de quem não está familiarizado com o seu negócio ainda.



## Melhor competitividade

Uma coisa é certa: se os clientes fiéis sentirem que estão obtendo bom valor, qualidade e serviço de você, é pouco provável que procurem outro lugar. Assim, é preciso se esforçar para manter contato com o cliente, mostrar sua apreciação e garantir que eles fiquem satisfeitos ao negociar com você.

## Mais flexibilidade frente a situações adversas

Vamos supor que você não cumpra o prazo prometido. Isso pode arruinar a reputação de sua empresa aos olhos de um novo cliente, não concorda? No entanto, clientes fiéis têm maior probabilidade de dar a você o benefício da dúvida e serem mais indulgentes quando as coisas dão errado.

## Maior economia e maior receita

Fidelizar clientes aumenta a lucratividade de sua empresa, pois a manutenção envolve menos custos que a aquisição.

Além disso, eles podem educar novos clientes e indicar sua marca através do marketing boca a boca e, por último, gastam mais com o seu negócio ao longo da sua vida, o que também acaba resultando em um maior lucro.



## O que fideliza o cliente?

O que fideliza o cliente de fato? Como já vimos, fidelizar significa conquistar o cliente e transformá-lo em um advogado da sua marca. Falta, então, estabelecer uma sequência de ações necessárias para isso.

### VEJA A LISTA:

- Oferecer uma experiência de consumo exclusiva
- Ter um atendimento ao cliente de qualidade
- Antecipar suas necessidades
- Empatia e personalização durante o atendimento
- Comunicação clara e objetiva
- Transparência e flexibilidade durante o atendimento
- Programas de Fidelidade com Benefícios e Ofertas Exclusivos
- Esteja bem treinada e focada na satisfação do cliente
- Criação de um sentimento de comunidade e pertencimento
- Saber aceitar críticas e sugestões dos clientes.

Para conseguir fidelizar e reter seus clientes, é preciso criar um bom relacionamento com eles e gerar a confiança necessária para que se sintam seguros a voltar e fazer outros negócios com você.





UNIVERSIDADE  
HOLÍSTICA  
*Carmem Romani Sunacai*

# PROSPERIDADE

## *Rituais de Fartura e Abundância*

5 dias sob a regência da Lua Nova para entrar em conexão com as energias cósmicas da fortuna física e espiritual.

**DE 9 A 13/8**

SEG A SEX - DAS 19H AS 19H45

**5 AULAS,  
EBOOK  
CERTIFICADO**

INVESTIMENTO:

**R\$ 53,00**

PIX, BOLETO OU CARTÃO



# 10 dicas para agradar e fidelizar o cliente

Atrair as pessoas para seu site, fazer com que cliquem em um link ou pisem na loja física é apenas a ponta do iceberg. Transformá-los em clientes pagantes fiéis é que é o desafio.

## 1. Atenda o cliente como ele gostaria de ser atendido

O atendimento ao cliente pode ser considerado um dos fortes diferenciais de qualquer marca, já que cada empresa tem sua própria maneira de fazer isso. E uma das premissas básicas é atender o cliente como ele gostaria de ser atendido, ou seja, é preciso se pôr no lugar do cliente.

Isso significa que você deve conhecer suas preferências, suas necessidades e ser capaz de captar qualquer sinal que esse futuro cliente dê para adequar a sua abordagem. Se você é desses que tentam empurrar um produto ou serviço para o cliente, porque acredita que é o melhor para ele, está fazendo isso errado. É preciso escutar e compreender exatamente o que ele procura.



## 2. Direcione o foco para o cliente certo

Seu negócio já possui as buyers personas bem definidas? Caso contrário, talvez seja a hora de criá-las. Uma buyer persona nada mais é que o perfil do seu cliente ideal. Assim, traçar esse perfil com informações claras e concisas sobre seu público-alvo é essencial para evitar perda de tempo e dinheiro.

É justamente o que ocorreria ao tentar alcançar pessoas que talvez não estejam interessadas ou não precisam da sua solução naquele momento. Com as personas, você direciona os esforços para encontrar os clientes que estejam mais propensos a fazer a compra.

### 3. Crie uma experiência de atendimento única

Se você já foi mal atendido em alguma loja, provavelmente não quer voltar lá, muito menos indicar essa loja para conhecidos, não é mesmo? Portanto, desde o primeiro contato com o cliente, seja ele por telefone ou um simples e-mail, é crucial criar uma experiência de atendimento única.



Uma abordagem mais humana e personalizada dá a sensação de exclusividade. E quem é que não gosta de se sentir VIP? Investir em treinamento e capacitação de vendas também é outro ponto importante para garantir um atendimento de excelência.

### 4. Programas de Fidelidade

Programas e clubes de fidelidade são bons atrativos para manter os clientes com você por muito tempo, oferecendo vantagens e descontos exclusivos para os participantes. Mas para que o programa de fidelidade consiga uma boa taxa de adesão, é preciso seguir algumas regrinhas básicas. Vamos a elas:

- Tenha um regulamento fácil de entender;
- Ofereça recompensas e vantagens que o cliente realmente deseja ganhar;
- Incentive a participação ativa no programa;
- Capte informações e dados sobre o comportamento do cliente, como suas necessidades e objetivos;
- Seja ético, tenha responsabilidade e compromisso com o cliente..

### 5. Para clientes fiéis, dê tratamento VIP



Clientes fiéis são responsáveis por grande parte no faturamento da empresa. Nada mais justo que dar um tratamento VIP. Isso pode depender das possibilidades e recursos que cada um possui, mas oferecer um tratamento diferenciado não é trabalhoso assim.

Além das vantagens de um programa de fidelidade, você pode ainda disponibilizar cupons e descontos exclusivos, pacotes ou planos personalizados, lançamento de produtos ou funcionalidades antecipado, entre outras possibilidades. O importante é deixá-los satisfeitos e sentindo-se especiais de certa forma.



## 6. Aposte na experiência do cliente

Surpreender os seus clientes mantém a empresa em suas mentes e reforça os seus valores. Assim, é imperativo investir na experiência do cliente. Isso implica, às vezes, em ter flexibilidade nas negociações.

Afinal, cada cliente tem suas próprias circunstâncias e problemas.

Digamos que você tenha um e-commerce de vestuário, sua política de devolução é de 30 dias, mas o cliente não conseguiu devolver o produto por estar fora da cidade ou outro motivo. Ao invés de se recusar a devolução, não faria mais sentido você aceitá-la e oferecer um reembolso ou crédito na loja? Com certeza, seu cliente se sentiria mais satisfeito e propenso a voltar a fazer negócios com você no futuro.

## 7. Monitore, Sempre

Monitorar é uma palavra de ordem para qualquer estratégia de marketing.

Afinal, como dizer se a sua ação foi bem-sucedida ou não se você não está por dentro do que está acontecendo?

A partir daí, é preciso ter atenção a dois pontos. O primeiro é garantir que você está totalmente focado nos resultados e estabelecer métricas para esse acompanhamento.

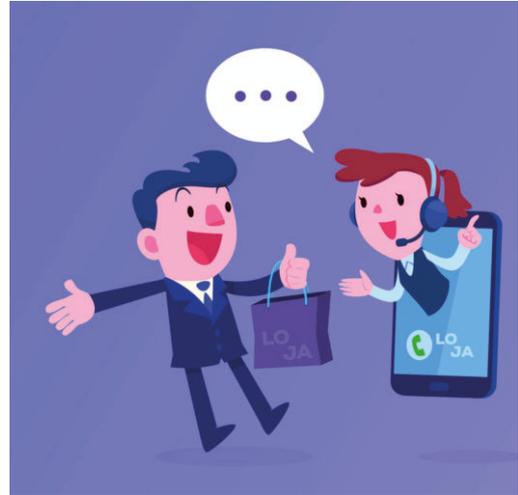
Já o segundo é investir em um bom software de CRM. O CRM ajuda a empresa a monitorar o processo de negociação de cada cliente, tornando muito mais fácil oferecer o produto certo na hora certa para cada um em específico. Além disso, você consegue ter insights do que está dando certo ou não e, assim, fazer ajustes nos pontos que precisam para melhorar o desempenho.



## 8. Esteja presente depois da venda

Um dos erros mais recorrentes que a maioria das empresas cometem é achar que, após a venda, o trabalho está concluído. Com o mercado altamente competitivo que temos hoje, desenvolver uma estratégia de pós-venda é tão necessário quanto convencer o cliente a fechar o negócio pela primeira vez. Estar presente depois da venda demonstra para o cliente o seu interesse no sucesso dele.

Telefonemas, e-mails ou até mesmo reuniões de follow-up devem ser feitas. O follow-up é uma excelente maneira de medir o nível de satisfação do cliente, pedir feedback, oferecer suporte técnico e esclarecer dúvidas quanto ao funcionamento do produto ou serviço. Você também pode utilizar esse momento para educar seus clientes com material e informações de qualidade, relevantes para as suas necessidades.

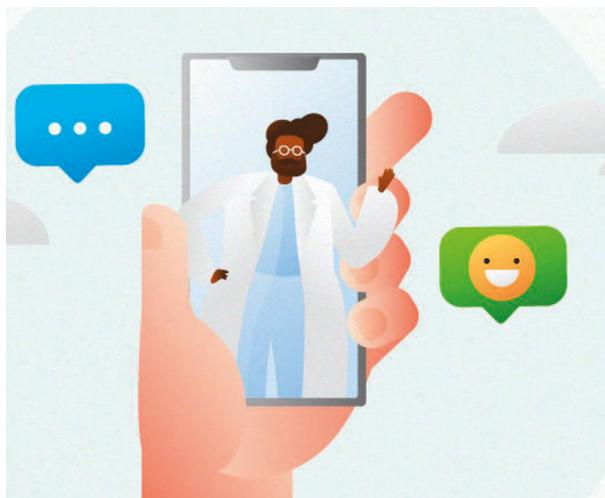


## 9. Agradeça e Reconheça o Cliente

Fidelizar seu cliente trata-se de reconhecer e mostrar da melhor maneira possível sua apreciação por ele. Assim, esforce-se para manter contato sempre que oportuno. Enviar um cartão de Natal, um brinde, desejar-lhe um feliz aniversário ou qualquer outro tipo de felicitação, são as pequenas coisas que fazem com que os clientes se lembrem da sua empresa.



Esse reconhecimento não apenas mostrará que você se importa, mas também abre portas para um feedback útil, com o qual você pode moldar sua empresa para o futuro. Portanto, é vital que você combine habilidades profissionais e pessoais para construir e manter esse relacionamento com seus clientes.



## 10. Ouça o que o cliente tem a dizer

A internet e as redes sociais possibilitaram não só que os clientes encontrassem as informações que estão procurando em relação ao seu produto ou serviço, como também entrassem em contato com você facilmente e por canais alternativos.

Ao mesmo tempo em que isso serve para estreitar o relacionamento entre marca e consumidor, também pode ser um

problema quando as pessoas são ignoradas nessas plataformas.

É preciso que a comunicação seja uma via de mão-dupla. Assim, você tem o compromisso de sentar e ouvir o que o cliente tem a dizer, independente do canal de comunicação que ele esteja utilizando. Entende que eles podem apontar algum detalhe que passou despercebido e que talvez afete a satisfação de outros clientes no futuro.

Como você tem usado a internet para prospectar clientes? Se você ainda não utiliza seu site, blog ou redes sociais para capturar leads, está perdendo uma oportunidade.

## Conclusão

Pronto para dar o primeiro passo na conquista do coração dos seus clientes?

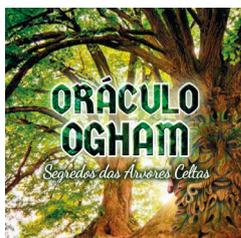
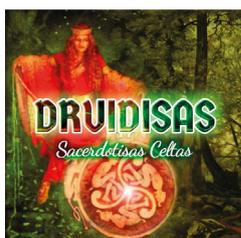
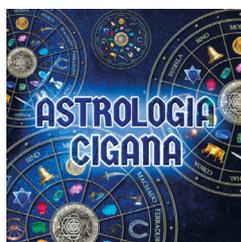
Acredito que, ao final deste Curso você esteja apto para aplicar boa parte das dicas que mostramos, traçar sua estratégia de fidelização de clientes e começar a transformá-los em verdadeiros embaixadores da sua marca.





UNIVERSIDADE  
HOLÍSTICA  
*Carmem Romani Sunacai*

## CONFIRA NOSSOS CURSOS ONLINE



Inscreva-se:

[www.carmemromanionline.com](http://www.carmemromanionline.com)