



**SEFIC2017  
UNILASALLE**

**A PESQUISA E O  
RESPEITO À DIVERSIDADE**

**16 A 20 DE OUTUBRO DE 2017**

ISSN 1983-6783

## **RELACIONAMENTO COM O CLIENTE E USO DE ESTRATÉGIAS DE GESTÃO PARA FIDELIZAÇÃO DE CLIENTES NO SETOR DE SERVIÇOS**

Álison Fernando Silva dos Santos, Robinson Henrique Scholz (orientador)  
Universidade La Salle

**Área Temática:** Ciências Socialmente Aplicáveis

**Resumo:** O presente estudo tem por objetivo investigar como são praticadas as estratégias de relacionamento com os clientes dos serviços da empresa Metrosul na perspectiva da fidelização e da prospecção de novos clientes. Como os serviços são intangíveis, a imagem é um fator essencial de diferenciação e competitividade. Os consumidores tendem a fazer comparações com outros produtos e outras empresas. De fato o que importa é como os possíveis clientes avaliam uma empresa em relação aos concorrentes. Percebe-se que as empresas devem se preocupar em possibilitar soluções para resolver os problemas dos clientes, as empresas modernas que possuem foco principal no cliente estão diferenciando-se de seus concorrentes. Na busca pela satisfação e fidelização de clientes, um aspecto de grande importância é o atendimento ao cliente. Portanto, para consolidar uma relação entre empresa e consumidor deve-se atentar às formas pelas quais é possível manter a comunicação com o cliente e garantir que esse processo seja realizado com agilidade e praticidade. Para direcionar-se ao marketing de serviços, além dos 4 P's tradicionais do mix de marketing, é importante agregar mais três elementos essenciais a esse mix, são eles: pessoas, prova física e processos. Estes elementos adicionais influenciam diretamente na percepção do comprador em relação ao serviço e são, portanto, essenciais na qualidade do serviço. Como a concorrência está cada vez maior no mundo atualmente, conquistar clientes tornou-se uma tarefa mais difícil, e por consequência, conseguir fidelizar o cliente exige maior dedicação ainda. Nesse contexto, o objetivo geral do estudo é: Analisar a percepção de qualidade dos serviços oferecidos pela empresa Metrosul em relação às estratégias de relacionamento, fidelização e prospecção de clientes da Região Metropolitana de Porto Alegre que possuam contrato fixo de serviços. Os objetivos específicos são: a) identificar as estratégias de relacionamento da empresa Metrosul para a satisfação e fidelização de seus clientes; b) compreender de que maneira os clientes percebem a qualidade dos serviços prestados pela empresa; e c) entender as práticas de gestão de marketing que atendam a solução sobre os limites impostos na execução dos contratos. Para a realização da pesquisa foi utilizado como método o estudo de caso, de caráter qualitativo e como técnicas de coleta de dados: entrevistas, observação participante e documentação. Para a interpretação dos dados será utilizado a análise de conteúdo. Este estudo torna-se relevante por contribuir como fonte de consulta e de inspiração para novos estudos e também contribui de forma a enriquecer o conteúdo da literatura científica relacionada ao tema, as informações obtidas através da pesquisa servirão como base para a criação de novas estratégias, métodos e processos no meio profissional com foco no marketing de relacionamento.

**Palavras-Chave:** Marketing de Relacionamento, Fidelização, Serviços