

MARKETING DE RELACIONAMENTO PARA MICROEMPRESAS

Isabel da Silva Castro¹

Marcos Gabriel Rodrigues da Silva²

Alessandra Gomes de Amorim Almeida³

RESUMO: Este trabalho fala sobre a aplicação do marketing de relacionamento em microempresas e seus benefícios e desafios. Foi realizado um trabalho de pesquisa com microempreendedores na cidade de São Sebastião, localizada no litoral norte de São Paulo e após essa pesquisa, foi descoberto que poucos empresários da cidade sabem do que se trata o marketing de relacionamento e não compreendem os riscos inseridos de não usar essa estratégia em suas empresas. Os benefícios de fidelizar os clientes, além dos possíveis problemas que essa ação pode causar, como um possível gasto fora do orçamento da empresa. Para auxiliar esses empreendedores, foi desenvolvido um site informativo chamado “Marketing de Relacionamento para Microempreendedores”, com o objetivo principal de orientar microempresários sobre estratégias e evidenciar os principais benefícios no qual uma boa relação com seus clientes poderia trazer para a sua marca.

Palavras-chave: Marketing de Relacionamento, Microempresa e Microempreendedor.

RELATIONSHIP MARKETING FOR MICROENTERPRISES

ABSTRACT: This work talks about the application of relationship marketing in micro-enterprises and its benefits and challenges. Research work was carried out with microentrepreneurs in the city of São Sebastião, located on the north coast of São Paulo and after this research, it was discovered that few entrepreneurs in the city know what relationship marketing is about and do not understand the risks involved in not use this strategy in your companies. The benefits of gaining customer loyalty, in addition to the possible problems that this action can cause, such as possible expenditure outside the company's budget. To help these entrepreneurs, an informative website called “Relationship Marketing for Microentrepreneurs” was developed, with the main objective of guiding microentrepreneurs on strategies and highlighting the main benefits that a good relationship with their customers could bring to their brand.

¹ RM: 21278. Aluna regular do Curso Técnico de Marketing, da Etec de São Sebastião – Classe de Extensão Maísa Theodoro da Silva (SEE/PEI7) – E-mail: isabel.castro2@etec.sp.gov.br.

² RM: 21273. Aluno regular do Curso Técnico de Marketing, da Etec de São Sebastião – Classe de Extensão Maísa Theodoro da Silva (SEE/PEI7) – E-mail: marcos.silva1381@etec.sp.gov.br.

³ Orientadora. Alessandra Gomes de Amorin Almeida Especialista em Gestão educacional e Práticas Pedagógicas da Etec de São Sebastião – E-mail: alessandra.almeida38@etec.sp.gov.br.

Keywords: Relationship Marketing, Micro-enterprise and Micro-entrepreneur.

1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho visa apresentar as finalidades do marketing de relacionamento aplicado a microempresas colocando em foco os seus impactos, com atenção em seus benefícios e como isso poder ajudar a fidelizar seus clientes, sendo possível construir uma relação duradoura e sólida com os mesmos além de se destacar e conseguir sobreviver no mercado de trabalho extremamente competitivo.

O assunto abordado, foi trazido com o intuito de auxiliar e desenvolver microempreendedores da cidade de São Sebastião São Paulo, sendo o objetivo geral de mostrar aos microempreendedores o que é marketing de relacionamento e como podem se beneficiar para alavancar sua empresa. Tendo como o objetivo específico ajudar aqueles que são donos de microempresas a prosperar com os seus respectivos negócios.

2. DESENVOLVIMENTO

2.1 Caracterização do objeto de estudo

De acordo com o REZ (2022) o marketing de relacionamento é baseado em aprimoração e criação do relacionamento de clientes com a empresa que está prestando o serviço ou produto, contendo estratégias que beneficiam ambos os lados, trazendo assim o lucro para as empresas e a satisfação para os clientes. É compreendido que o marketing de relacionamento é uma estratégia básica e primordial para manter a fidelização de clientes já existentes, sendo o objetivo ter relacionamentos duradouros.

Segundo o site FrashLab (2023) o marketing de relacionamento vai ser bastante positivo para microempreendedores, pois com ele, é possível entender as necessidades e desejos de seus clientes, tendo uma maior facilidade na fidelização do comprador. Além disso, desenvolver um bom marketing de relacionamento permite uma maior percepção de possíveis erros ou problemas que possam ocorrer dentro de sua empresa.

Desenvolver uma relação duradoura com seus clientes irá garantir um grande crescimento dentro de sua empresa, mesmo que seu produto esteja na mesma média de seus concorrentes. Como informa o site Cria UFMG (2018) vale mais a pena ter um cliente fiel e satisfeito com como ele é recebido e tratado pela empresa, do que ter um produto que seja incrível e que se diferencie dos demais.

Estabelecer essa boa relação com seus clientes também facilitará coleta de dados e feedbacks, o que é a grande parte do desenvolvimento de uma empresa. Escutar as reclamações e corrigir os problemas que as pessoas veem na sua marca ajudará no crescimento da sua empresa além de fazer com que o cliente se sinta importante e que sua opinião também é válida.

Através de inúmeras vantagens em aplicar um sistema de fidelização de cliente dentro de uma empresa, existem algumas desvantagens. Como diz COELHO (2023), o marketing de relacionamento pode trazer gastos excessivos que estão fora do seu orçamento para sua empresa ao personalizar seus serviços para clientes específicos, o que pode levar um tempo para recuperar a mesma margem de lucro.

É preciso ter cuidado com o que a empresa vai direcionar sua atenção, apesar de valer a pena fidelizar um cliente e mantê-lo sendo fiel a sua marca, não devendo esquecer de atrair novos clientes, pois mesmo que não venham a se tornar fiéis compradores, ainda são de importância para empresa, compreendendo o que todas as áreas do marketing são fundamentais para o desenvolvimento de uma empresa.

Compreendendo a lógica dos autores, percebe-se que o marketing de relacionamento e a fidelização de um cliente são super vantajosas para as empresas desenvolvendo o negócio em diversos pontos.

2.2. Materiais e Métodos

Foram realizadas pesquisas de campo em onze lojas de varejo através de um formulário contendo cinco perguntas objetivas a fim de descobrir como os microempreendedores fazem para manter e chamar a atenção de novos clientes. A metodologia utilizada nesse trabalho foi a pesquisa bibliográfica, junto também de abordagens quantitativas. Com ela, visando buscar dados com perguntas feitas a donos de microempresas e por fim descrevendo os resultados. O desenvolvimento da

pesquisa se dá, a:

Pesquisa bibliográfica – Através dela buscamos informações em sites que o assunto tratado era sobre o marketing de relacionamento. Também foram pesquisados outros estudiosos de marketing;

Pesquisa de campo – As pesquisas foram realizadas através de entrevistas presenciais. Foram desenvolvidas cinco perguntas visando entender sobre os pequenos negócios utilizando o site do google que permite a criação de formulários, dominado como Google Forms, no qual consistia em cinco perguntas, quatro sendo de múltipla escolha e uma dissertativa.

Sendo estas:

- 1- Quais são os principais canais de comunicação que você utiliza para se comunicar com seus clientes?
- 2- Como você costuma chamar a atenção de novos clientes?
- 3- O que você costuma fazer para manter os de clientes frequentes?
- 4- Quais são os principais desafios que você enfrenta ao cultivar relacionamentos com seus clientes?
- 5- Você sabe o que é marketing de relacionamento?

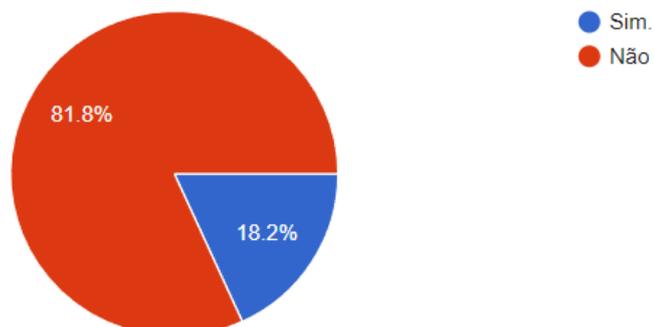
2.3 Resultados e Discussões

Com a pesquisa de campo descobrimos que de onze microempreendedores, apenas um sabia o que era marketing de relacionamento apesar de eles usarem estratégias atribuídas a esse marketing.

Figura 1: Pesquisa com Google Forms, 5ª pergunta.

Você sabe o que é marketing de relacionamento?

11 responses



(Fonte: Próprio Autor / 2023)

A fidelização de um cliente pode ser feita de diferentes maneiras, uma delas é identificar o local onde seus clientes costumam frequentar, com isso, há maior facilidade para saber onde anunciar. Outro método para ajudar na identificação de seu cliente, é o método criado por Martha Rogers e Don Peppers chamado de IDIC, que significa em Identificar, Diferenciar, Interagir e Customizar. Essa metodologia trata-se, resumidamente identificar quem são os seus clientes, diferenciar e segmentar os mesmos, interagir, dando maior atenção a seus desejos e por fim, customizar seus serviços individualmente para cada consumidor, assim atendendo suas necessidades.

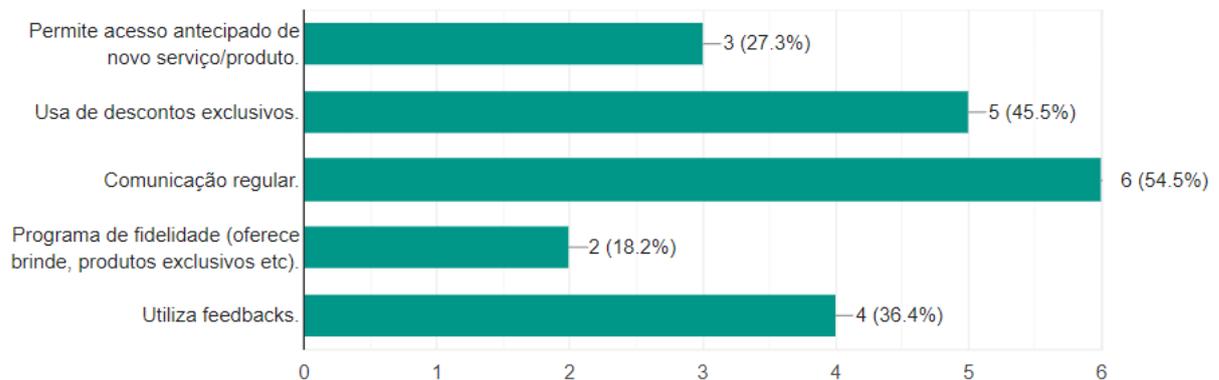
As lojas entrevistadas utilizam a estratégia de fidelização de cliente fazendo mais o uso de descontos exclusivos e comunicação regular para manterem uma forte relação com seus clientes recorrentes.

Figura 2: Pesquisa com Google Forms 3ª pergunta

O que você costuma fazer para manter os de clientes frequentes?

[Copy](#)

11 responses



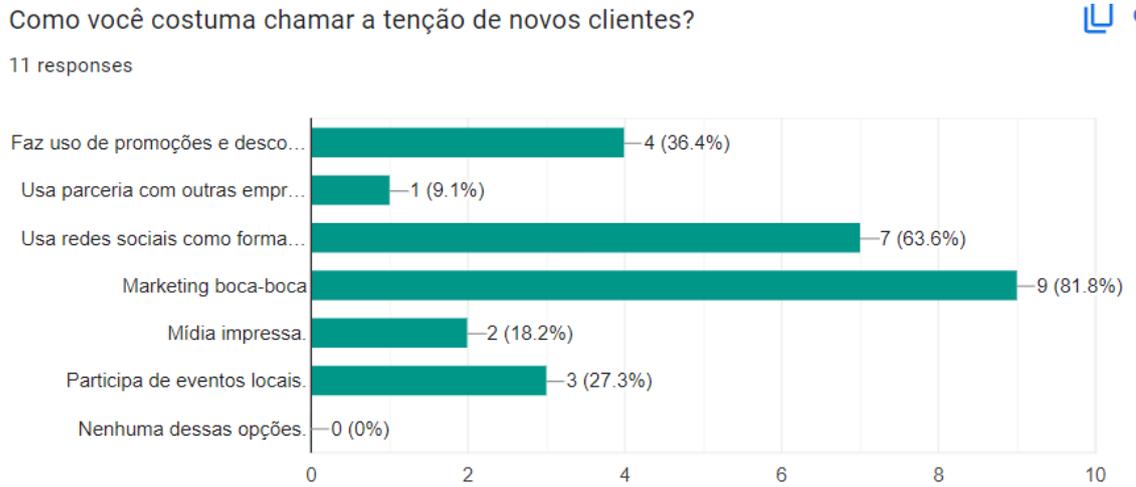
(Fonte: Próprio Autor / 2023)

Para chamarem a atenção de novos clientes, as empresas entrevistadas utilizam as redes sociais e o marketing boca a boca para divulgarem seus produtos e ou serviços. Porém, conseguimos notar que grandes empresas oferecerem benefícios como brindes para seus consumidores, sendo uma vantagem a mais para se destacar da concorrência, vantagens essas que algumas microempresas não oferecem.

De acordo com informações apresentadas no site Educa Mai Brasil (2022), um estudo chamado *Zero as a Special Price: The True Value of Free Products* feito pela *Shampanier* em 2007 na *Duke University*, fala sobre que a sensação de obter algo sem precisar pagar está ligado diretamente ao nosso emocional, que gera uma

felicidade. A sensação de atenção é passada pela marca ao cliente, por causa disso o consumidor não pensa se há um lado negativo atribuído a ação da compra pois a emoção de felicidade fala mais alto, assim fazendo que a marca seja lembrada.

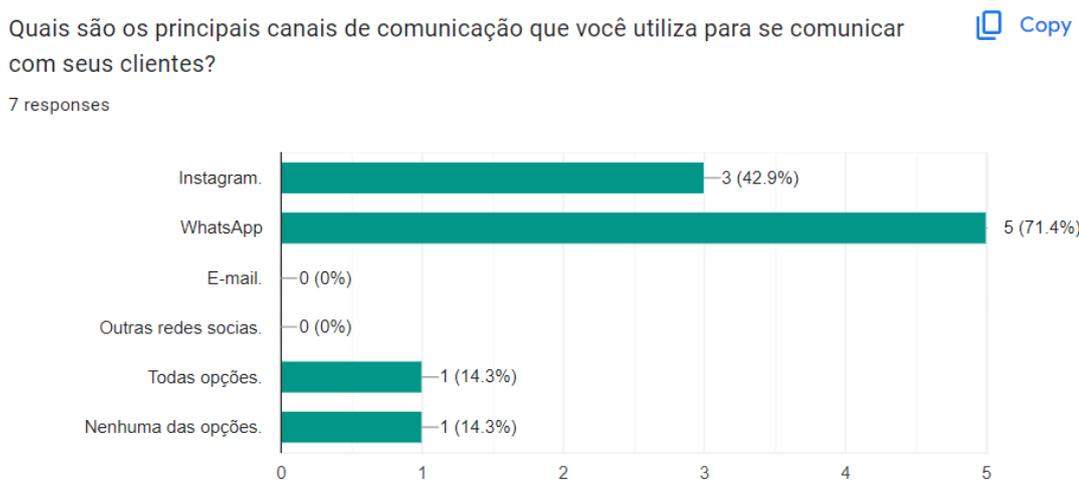
Figura 3: Pesquisa com Google Forms, 2ª pergunta.



(Fonte: Próprio Autor / 2023)

Seguindo os passos de interagir e customizar do método de Martha Rogers e Don Peppers, um dos meios de comunicação mais utilizados para se relacionar de uma forma direta com o cliente, seria através dos aplicativos WhatsApp e o Instagram, sendo o WhatsApp a rede social mais usada no Brasil, como indica a publicação feita pelo site Techtudo em 2023.

Figura 4: Pesquisa com Google Forms, 1ª pergunta.



(Fonte: Próprio Autor / 2023)

A pesquisa mostra que algumas empresas não sabem o que é o Marketing de Relacionamento e por não saberem do que se trata, não conseguem identificar onde estão obtendo problemas, assim não conseguindo resolvê-los. Ao serem questionados sobre quais desafios notaram ao cultivar um relacionamento com seus clientes, muitos deles não sabiam como responder essa pergunta, sendo a palavra “não” como sinônimo de dúvida desses microempreendedores. Tendo apenas um que soube as dificuldades que enfrentava.

Figura 5: Pesquisa com Google Forms, 4ª pergunta

Quais são os principais desafios que você enfrenta ao cultivar relacionamentos com seus clientes?

11 responses

Não
Não
Não tem
Não tem desafios
Não.
Não tem dificuldade.
não
"É uma cidade muito sazonal, que precisa de maior divulgação, falta visa propria a cidade depende muito de turistas"

(Fonte: Próprio Autor / 2023)

1. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com a falta de compreensão sobre o significado do marketing de relacionamento, foi pensado em uma solução para ajudar empresários a fidelizar seus consumidores, através da criação de um site informativo chamado “Marketing de Relacionamento para Microempreendedores”, o site tem o objetivo de orientar os empreendedores ou quem mais precisar, de como deve ser aplicada as estratégias que são atribuídas ao marketing de relacionamento através de dicas gratuitas.

O prototípico do site informativo constará com uma página de apresentação ao tema central, com o nome do site e um slogan que representa o título.

Figura 6: página inicial do site (protótipo)



(Fonte: Próprio Autor / 2023)

Outra página interativa e explicativa sobre o que é o marketing de relacionamento de forma resumida, no qual clicando na opção “saiba mais”, irá apresentar a explicação de forma mais completa.

Figura 7: Segunda página do site (protótipo)



Marketing de relacionamento

O marketing de relacionamento é uma estratégia que visa construir conexões sólidas e duradouras com os clientes, utilizando dados e tecnologia para oferecer experiências personalizadas. Vai além das transações, envolvendo os clientes ao longo do ciclo de vida do produto, buscando criar uma base de clientes leais e vantagem competitiva a longo prazo.

Saiba Mais

(Fonte: Próprio Autor / 2023)

Como observado na figura 8, foi elaborada uma página não interativa dedicada aos objetivos do site, com o intuito de mostrar aqueles que estejam consumindo o conteúdo sobre qual o objetivo do site.

Figura 8: Terceira página do site (protótipo)

Nossos objetivos

01 Entenda o que é

Preparamos tudo o que você precisa para entender o que é o marketing de relacionamento.

02 Veja como usar

Criamos dicas que você pode utilizar em sua microempresa

03 Aplique em sua empresa

Fornecemos serviços inteligentes de dicas em marketing de relacionamento.

(Fonte: Próprio Autor / 2023)

Seguindo para mais uma página interativa, esta, voltada para os serviços específicos, estarão disponíveis duas opções de interações: Dicas de estratégias de marketing de relacionamento voltada para microempreendedores e mais uma vez a opção do texto explicativo sobre esse marketing.

Figura 9: Quarta página do site (protótipo)

Nossos Serviço

Desde o começo, prestamos serviços de confiança a nossos clientes.



(Fonte: Próprio Autor / 2023)

Figura 10: Quinta página do site (protótipo)



Dicas para microempreendedores

Conheça Seus Clientes:

Entenda as necessidades e preferências individuais de seus clientes. Mantenha registros atualizados para personalizar suas interações.

Ofereça Programas de Fidelidade:

Crie programas simples de fidelidade para recompensar clientes frequentes. Ofereça descontos exclusivos, brindes ou acesso prioritário a novos produtos/serviços.

Atendimento Personalizado:

Trate cada cliente como único, reconhecendo suas preferências. Esteja disponível para responder perguntas e resolver problemas de forma personalizada.

Solicite Feedback:

Peça feedback sobre seus produtos ou serviços. Mostre que valoriza a opinião do cliente e utilize as sugestões para melhorias.

Redes Sociais:

Utilize plataformas de redes sociais para interagir e criar uma comunidade. Responda a comentários e mensagens, mostrando que está atento às necessidades dos clientes.

(Fonte: Próprio Autor / 2023)

Figura 11: Sexta página do site (protótipo)

Marketing de relacionamento

O marketing de relacionamento é uma abordagem estratégica que se diferencia pela ênfase na construção de conexões emocionais e duradouras com os clientes. Em vez de se limitar a transações comerciais, essa estratégia se baseia na compreensão profunda das necessidades individuais dos clientes.

A coleta e análise de dados desempenham um papel crucial, permitindo que as empresas personalizem suas interações. Utilizando sistemas de gerenciamento de relacionamento com o cliente (CRM) e ferramentas analíticas, as organizações podem oferecer mensagens direcionadas, criar ofertas personalizadas e proporcionar um atendimento mais eficiente.

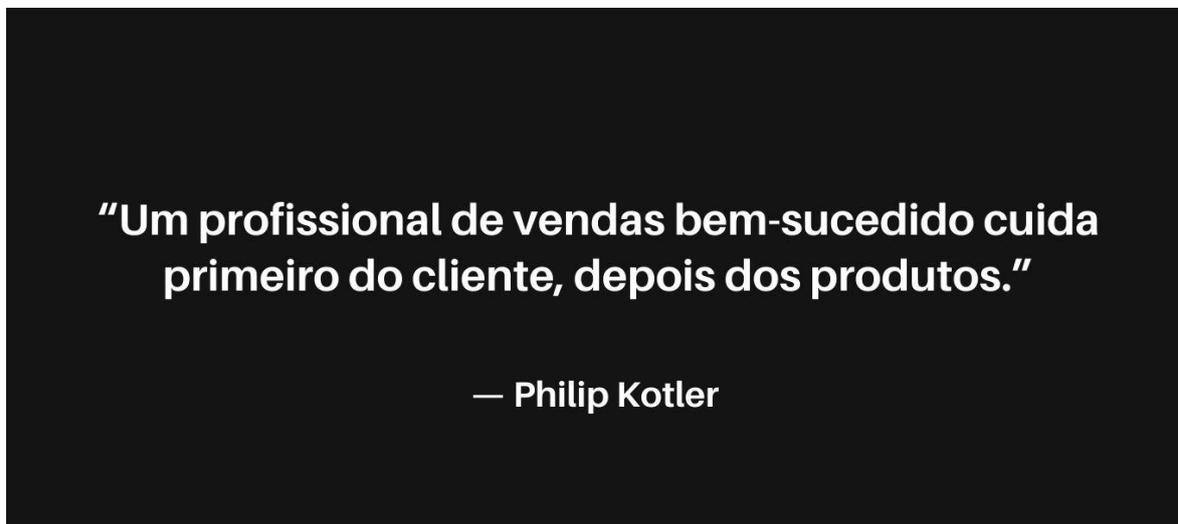
O marketing de relacionamento não se encerra no momento da compra, estendendo-se ao longo do ciclo de vida do produto. Isso inclui a implementação de programas de fidelidade, a comunicação contínua por meio de diversos canais e a promoção de eventos exclusivos para clientes. Essas iniciativas visam manter os clientes engajados e fortalecer a relação emocional com a marca.



(Fonte: Próprio Autor / 2023)

Foi elaborada uma página do site no qual é referenciando o autor Phillip Kotler com apenas uma frase onde remete ao tema principal do site conforme figura 12 apresenta.

Figura 12: Sétima página do site (protótipo)



(Fonte: Próprio Autor / 2023)

Para finalizar o site, foi desenvolvida uma página com o fale conosco, com o objetivo de tirar dúvidas ou prestar algum serviço de interesse para o desenvolvimento de relacionamento de clientes aos empresários e suas respectivas empresas.

Figura 13: página final do site (protótipo)

Fale conosco



Telefone

(12) 98170-3727

E-mail

mktrelacionamento@consultoria.com.br

Template/protótipo criado para fins de trabalho escolar

(Fonte: Próprio Autor / 2023)

REFERÊNCIAS

5 benefícios do marketing de relacionamento! Disponível em: <<https://insider.com.br/5-beneficios-do-marketing-de-relacionamento/>>.

Acesso em: 10 nov. 2023.

AGOSTINO, É. **Descubra os benefícios do marketing de relacionamento para seu negócio.** Disponível em: <<https://saxbr.com/blog/marketing-de-relacionamento/>>

. Acesso em: 5 out. 2023.

ANDRÉ, J.; DA, S.; LIMA, M. **MARKETING DE RELACIONAMENTO – FIDELIZAÇÃO DE CLIENTES: UM ESTUDO DE CASO NA EMPRESA TORTERIA DI LORENZA.** Disponível em:

<<https://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/123456789/709/2/20000117.pdf>>.

Acesso em: 16 nov. 2023.

BRASIL, E. M. **Educa Mais Brasil - Bolsas de Estudo de até 70% para Faculdades – Graduação e Pós-graduação.** Disponível em:

<<https://www.educamaisbrasil.com.br/educacao/dicas/por-que-nos-amamos-ganhar-um-brinde>>. Acesso em: 14 nov. 2023.

CARDOZO, L. **O que é Marketing de Relacionamento e como aplicar na prática.**

Zenvia Inc., 30 mar. 2023. Disponível em: <<https://www.zenvia.com/blog/marketing-de-relacionamento/>>. Acesso em: 28 set. 2023

COELHO, A. M. **Marketing de relacionamento: quais os componentes, vantagens e desvantagens?** Disponível em: <<https://www.pontorh.com.br/marketing-relacionamento-quais-os-componentes-vantagens-desvantagens/>>.

Acesso em: 18 out. 2023.

DA CRIA, R. **Os 5 benefícios do Marketing de Relacionamento para o seu negócio.** Disponível em: <<https://criaufmg.com.br/2018/11/27/os-5-beneficios-do-marketing-de-relacionamento-para-o-seu-negocio/>>. Acesso em: 16 nov. 2023.

DE CASTRO, I. N. **O que é Marketing de Relacionamento e por que ele é importante para sua empresa.** Disponível em: <<https://rockcontent.com/br/blog/marketing-de-relacionamento/>>. Acesso em: 14 set. 2023.

Kotler, P.; Armstrong, G. Princípios do Marketing. São Paulo: Bookman 1980.

Marketing de Relacionamento: o que é e como aplicar. Disponível em: <<https://www.alura.com.br/artigos/marketing-relacionamento>>. Acesso em: 4 out. 2023.

Marketing de relacionamento: saiba o que é e vantagens. Disponível em: <<https://sindis.com.br/posts/10-vantagens-do-marketing-de-relacionamento>>. Acesso em: 4 out. 2023.

Quais as vantagens do Marketing de Relacionamento? - Fresh Lab. Fresh Lab Agência de Marketing Digital em, 17 out. 2022. Disponível em: <<https://www.freshlab.com.br/blog/marketing-de-relacionamento/>>. Acesso em: 10 nov. 2023

Qual a rede social mais usada em 2023? A resposta vai te surpreender. Disponível em: <<https://www.techtudo.com.br/listas/2023/07/qual-a-rede-social-mais-usada-em-2023-a-resposta-vai-te-surpreender-edapps.ghtml>>. Acesso em: 16 nov. 2023.

REZ, R. **Marketing de Relacionamento.** Disponível em: <<https://novaescolademarketing.com.br/marketing-de-relacionamento/>>. Acesso em: 28 set. 2023.

REZ, R. **O que é Marketing de Relacionamento?** Disponível em: <<https://novaescolademarketing.com.br/o-que-e-marketing-de-relacionamento/>>. Acesso em: 28 set. 2023.