

O MARKETING DE RELACIONAMENTO COMO DIFERENCIAL COMPETITIVO PARA SATISFAÇÃO E FIDELIZAÇÃO DE CLIENTES: UM ESTUDO DE CASO NA EMPRESA CENAIC (CENTRO NACIONAL INTEGRADO DE CURSOS) - UNIDADE DE FERNANDÓPOLIS (SP)

Daniele Macedo GONÇALVES¹

João Lucas GRACIANO²

Leticia Mieko de OLIVEIRA³

Raissa Rodrigues Chaves BARBOSA⁴

Clayton Aparecido Cardoso de MORAES⁵

RESUMO

INTRODUÇÃO: O marketing de relacionamento baseia-se em interações com parceiros e clientes, de modo que os objetivos sejam alcançados por meio de relacionamentos entre todas as partes envolvidas. Para conquistar e manter os diversos tipos de clientes, a empresa deverá conhecer cada um deles, e assim lançar produtos e serviços que atendam as necessidades individuais e utilizar estratégias que auxiliam no monitoramento desses clientes. **OBJETIVO:** O objetivo do estudo é demonstrar a aplicabilidade do marketing de relacionamento como um diferencial competitivo na organização, visando apresentar uma proposta das estratégias para melhoria no atendimento com foco em manter, satisfazer, fidelizar e reter clientes. **METODOLOGIA:** O método de abordagem na pesquisa é bibliográfico, o tema marketing de relacionamento como um diferencial competitivo para empresa CENAIC (Centro Nacional Integrado de Cursos) - Unidade de Fernandópolis (SP). O próximo passo será desenvolvido o estudo de caso junto a coleta de dados que serão tabulados, visando melhoria no processo do atendimento ao cliente da empresa CENAIC. **RESULTADO:** Verificação de que a empresa em estudo irá utilizar das estratégias do marketing de relacionamento para manutenção, retenção, satisfação e fidelização de clientes. Uma proposta de ampliação das práticas dessas estratégias para agregar maior valor à empresa visando um crescimento em sua carteira de clientes. **CONCLUSÃO:** No decorrer do trabalho junto a pesquisa bibliográfica, pode-se perceber que as organizações para manter-se no mercado devem buscar estratégias dentro do marketing para melhoria no atendimento e nos processos visando uma maior participação de mercado.

Palavras-chave: Marketing de relacionamento. Diferencial competitivo. Fidelização de clientes.

¹daniele@distribuidorascatena.com.br

²joao.lu.17@hotmail.com

³leticiamieko@hotmail.com

⁴raissachaves19@hotmail.com

⁵clayton.apartamentocaragua@gmail.com