

## ESTRATÉGIAS DE MARKETING DE RELACIONAMENTO

Jéssica Bernardo,  
Daniela Lúcio,  
Fábio Viana

Este estudo tem como objetivos identificar as estratégias de marketing de relacionamento. O marketing de relacionamento tem como objetivo construir relacionamentos de longo prazo mutuamente satisfatórios com seus componentes chave a fim de conquistar ou manter negócios com eles. Os principais pontos que se pode observar é a competitividade no mercado e como observar o comportamento dos seus clientes, no intuito da fidelização dos mesmos. O marketing é uma ferramenta de grande importância que é utilizada para fazer uma ligação de comunicação entre empresa e cliente para melhor satisfazê-lo. As ferramentas como CRM (Customer Relationship Management), marketing one-to-one, e em marketing de relacionamento como se fossem ferramentas distintas, porém, todas fazem parte de um mesmo conjunto de estratégias que visam à gestão do relacionamento entre uma empresa e seus stakeholders (clientes, colaboradores, investidores, fornecedores, comunidade, governo e demais indivíduos que mantenham qualquer forma de relação comercial ou profissional com a organização). Objetivo principal do marketing de relacionamento é construir e/ou aumentar a percepção de valor da marca, de seus produtos e serviços, e a rentabilidade da empresa ao longo do tempo a partir de estratégias de comunicação e de relacionamento propriamente dito com todos os seus stakeholders, integrando suas ações, desde o projeto de um produto ou serviço, desenvolvimento de processos, venda e pós-venda. As hipóteses levantadas e que o marketing de relacionamento tem influência na satisfação do cliente com o intuito de fidelização dos mesmos. Como uma proposta de iniciação científica esse trabalho pretende mostrar sobre a grande importância para as empresas que tenham conhecimento sobre o marketing de relacionamento para o sucesso de seu negócio.

