



SECOVI SP
O SINDICATO DA HABITAÇÃO
Desde 1946

MARKETING DE DIFERENCIAÇÃO

INOVE E SEJA ÚNICO



**Quais as suas competências
para potencializar resultados?**

Video havaianas

Você
atende
OU
surpreende?

Video casas Bahia



Clientes não compram produtos e serviços: eles compram experiência!

O cliente nunca se esquece quando é mal atendido, entretanto, também não, quando é surpreendentemente bem atendido.

Com produtos quase idênticos em relação ao preço e prazo, o que faz a diferença é a demonstração de interesse pelo cliente, tentando ajudá-lo a solucionar seus problemas, oferecendo soluções rápidas e mostrando que, realmente há o seu comprometimento.



O mercado passa por uma grande transição: com a popularização do acesso à internet, agora, o cliente tem muito mais voz e vez. Ele pesquisa informações sobre as empresas, marcas, produtos e serviços, deixa elogios ou críticas, faz recomendações.

Por outro lado, as opções de consumo são cada vez mais *commodities*, com qualidade semelhante. Isso torna o consumidor cada vez mais criterioso, buscando opções que entreguem a ele muito além do “bom e barato”.

Assim, com tantas opções de consumo e informações disponíveis, como atrair e fidelizar clientes? A resposta é; por meio da experiência!

Vídeo – efeito Justin Bieber

Vídeo - Como aumentar vendas

Apple, muito além dos iPhones



Seus celulares podem até ter os mesmos recursos que seus concorrentes, mas às vezes o cliente opta por pagar mais caro, pois sabe que a empresa vai entregar a experiência que está prometendo. Mais do que um produto, muitos o utilizam como forma de transmitir um estilo de vida, uma atitude. O usuário quer pertencer a um nicho, independente dos recursos do seu iPhone.

vídeo – iphone

CASE-SE COM SEUS CLIENTES!!



CRM

Customer Relationship Management



Gestão de
Relacionamento
com o
Cliente



- relacionamento com cliente
- mudança no comportamento do consumidor
- avanço da tecnologia

Pode ser entendido como uma filosofia, uma estratégia e um processo, utilizado para coletar os dados dos clientes, armazená-los e facilitar cruzamentos desses dados. O CRM também é uma ferramenta voltada para o processo de foco no cliente, aquisição, transação, atendimento, retenção e construção de relacionamento de longo prazo com os clientes.

Crônica de Mário Persona

CRM DE TOSHIRO



Procrastinação

É o ADIAMENTO de uma ação. Para a pessoa que está a procrastinar, isso resulta em stress, sensação de culpa, perda de produtividade e vergonha por não cumprir com as suas tarefas.



AGORA

~~DEPOIS~~

OBRIGADA



SECOVI SP
O SINDICATO DA HABITAÇÃO
Desde 1946