

**alloyal**

# Guia definitivo para atrair, reter e fidelizar clientes





## Introdução



Existem vários elementos que precisam funcionar para que uma empresa mantenha o seu ritmo e crescimento. São como pequenas engrenagens que se acionam e vão articulando toda a estrutura da organização.

Os colaboradores, gestores e parceiros são os que fazem a máquina agir por dentro, mas são os clientes que tornam a existência da empresa verdadeiramente necessária.

Você já sabe que **atrair clientes é essencial para a sobrevivência de um negócio** e para isso, técnicas para se diferenciar da concorrência e divulgar a sua marca são essenciais.





Porém, um elemento extremamente importante que muitas empresas se esquecem é a **necessidade de reter e fidelizar aqueles que consomem da sua marca.**

Já é comprovado que clientes satisfeitos têm maior pretensão de comprar novamente com você. Segundo Philip Kotler, o famoso “pai do marketing”, conquistar novos clientes custa de 5 a 7 vezes mais do que manter os já existentes.

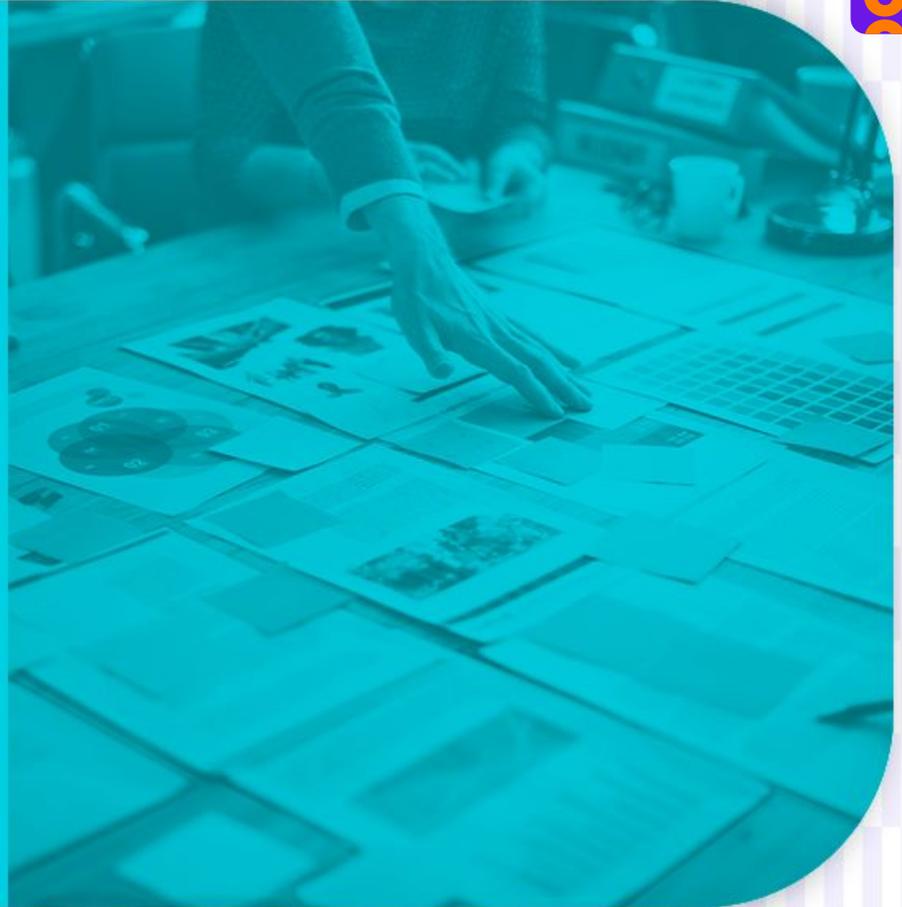
Por isso, **criar uma estratégia de ponta-a-ponta, atraindo, retraindo e fidelizando seus clientes é a chave para o sucesso.**

Neste e-book, vamos mostrar para você — independente do setor em que atua — como articular estratégias para conquistar novos clientes, encantar em toda a jornada de compra e fidelizá-los à sua marca.

**Acompanhe!**



Qual a importância de trabalhar estratégias para atrair clientes?



Como abordado na introdução, os clientes são a base para todo negócio. Criar uma solução, apresentar para o mercado e investir na construção da empresa pode ser totalmente prejudicado quando não há com quem comercializar o produto.

Não basta apenas propor uma solução para determinada dor no mercado, é preciso fazer com que as pessoas conheçam a sua marca e se atraiam pelo seu produto.

O Google, por exemplo, segue sendo uma das principais ferramentas para atração de clientes, já que [90% das pessoas](#) optam por uma marca após realizar uma pesquisa na rede.

Mas existem várias estratégias que podem ajudar no momento da atração de clientes, como apontaremos a seguir.





## As estratégias para atração de clientes

Geralmente, atrair clientes é um trabalho que está associado à equipe de vendas e de marketing das empresas. É possível fazer a busca ativa por novos clientes a partir de uma estratégia de outbound, quando a pessoa que é responsável pelas vendas vai atrás de um potencial consumidor — seja por indicação, parceria, etc.

Paralelamente, há estratégias que servem para atrair os consumidores e os levarem até a empresa. Nesse processo há toda uma jornada de apresentação de um problema, a solução dessa dor, o conhecimento da marca e o interesse em fechar negócio com a empresa. Essa estratégia é conhecida como inbound.

A seguir, vamos mostrar algumas das ferramentas que ajudam nessa atração de clientes, sem a necessidade de fazer grandes investimentos.

## **Criar a sua buyer persona**

O primeiro passo para conseguir atrair clientes de forma eficiente é conhecê-los com profundidade. A Buyer Persona é construída a partir de análises e pesquisas para representar o seu cliente ideal.

Dessa forma, fica mais fácil compreender quais são as dores, necessidades, anseios e inseguranças que a sua persona têm e trabalhar a sua marca para trazer soluções.

Toda a comunicação ficará facilitada a partir do momento que a sua persona for decifrada, possibilitando todas as seguintes estratégias que abordaremos.

## **Blog corporativo**

Os blogs corporativos estão no centro da estratégia de Inbound Marketing, sendo útil não apenas para atrair, como também para fidelizar clientes.

A intenção do blog é conseguir gerar valor para as personas da sua empresa por meio de conteúdos relevantes. O seu potencial cliente poderá interagir com a sua marca mesmo antes de pensar em fechar negócio.

Essa relação é importante pois mostrará para o seu consumidor o valor e relevância da sua marca no mercado.

## Redes sociais

As redes sociais se tornaram uma verdadeira vitrine para empresas e novos negócios. São milhares de usuários ativos diariamente no Facebook, Instagram, LinkedIn ou Twitter. E cada uma dessas redes têm ferramentas específicas para empresas.

O melhor é que você consegue chegar até o seu público de uma forma mais imediata e direta.

## Lista de e-mails

Há muitas pessoas que dizem que o e-mail morreu para estratégias de marketing, mas isso não é verdade.

Criar uma lista de e-mails é extremamente eficiente para estabelecer uma comunicação contínua com os seus potenciais clientes. As ferramentas possibilitam criar diferentes fluxos, separando os contatos conforme interesse e temáticas.

Tudo isso ajuda a personalizar ainda mais a comunicação, estabelecendo um diálogo acolhedor e capaz de encantar.

## Anúncios online

As redes sociais e os blog corporativos oferecem possibilidades de crescer a sua marca de forma orgânica, mas também existem recursos patrocinados que ajudam a aumentar a capacidade de atrair novos clientes.

Os anúncios podem ser realizados no site de busca (como o Google) e nas redes sociais. O grande diferencial desse tipo de publicidade é a possibilidade de entregar uma comunicação sob medida para as pessoas certas (a persona).

Com isso, as chances de conquistar grandes resultados potencializam.





Qual a importância  
de reter clientes?



Conquistar um novo cliente requer um [investimento cinco vezes maior](#) do que conseguir manter os consumidores que já fazem negócio com a sua empresa. E isso já é uma grande vantagem para se investir na retenção de clientes, não é mesmo?

Além disso, a retenção de clientes pode ajudar a fortalecer a imagem da sua empresa no mercado e atrair novos consumidores por meio das indicações “boca a boca”.

Pensando em métricas, quando se pensa em retenção de clientes duas são fundamentais para acompanhar: o CAC — Custo de Aquisição de Clientes — e o Churn Rate — taxa de cancelamentos realizados.

Mas como fazer essa retenção de maneira eficiente? Bem, isso é o que explicaremos a seguir!





## As estratégias para reter clientes

Uma das principais razões para cancelamentos de clientes é não conseguir enxergar o valor na empresa que está oferecendo determinado serviço. Esse motivo é ainda maior do que as insatisfações com a qualidade do serviço prestado e, por isso, é fundamental estreitar essa relação.

Alguns serviços oferecem produtos pontuais — como postos de gasolina, prestadores de internet, etc —, mas eles também podem estabelecer uma relação de confiança e valor que transformará o contato com os consumidores.

Vejamos algumas técnicas para reter clientes!

## **Priorizar o atendimento**

O atendimento não é feito apenas no contato direto com o cliente, ele é feito a partir da primeira relação estabelecida entre o potencial consumidor e a marca.

É fundamental ter um tom de voz e abordagem que seja acolhedor e encantador desde o primeiro momento, dessa forma, a pessoa vai se sentindo próxima da empresa.

## **Conhecer bem o seu cliente**

Lembra da persona? Ela também é importante para a retenção de clientes. Quando a marca conhece bem o seu cliente consegue fazer abordagens personalizadas e próximas.

Entender o que atrai o seu cliente, como é a forma que ele se comunica e interage com a sua marca, quais são os seus gostos, etc. Tudo isso faz com que a conversa seja encantadora e atraia mais a atenção.

## **Resolver os problemas dos seus clientes com agilidade**

Vamos lá, ninguém gosta de ter um problema e ter que ficar aguardando para ser atendido, não é mesmo? Essa agilidade na resolução dos problemas mostra que você se importa com o seu cliente.

Uma estratégia importante para agilizar essa resolução de problemas é contar com um time de “Customer Sucess”. Essa equipe de profissionais ficará responsável por acompanhar a rotina de determinadas contas, acompanhando e até antecipando possíveis problemas.

## **Trabalhar com o conceito de Client First**

O conceito de Client First é exatamente colocar o “cliente em primeiro lugar”. A ideia é que toda a equipe de vendas, marketing, customer success, etc. desenvolva estratégias com a mentalidade de facilitar a vida do consumidor.

É uma mudança de pensamento importante para a empresa, que passa a se voltar para os consumidores.

## Acompanhar métricas cruciais para o negócio

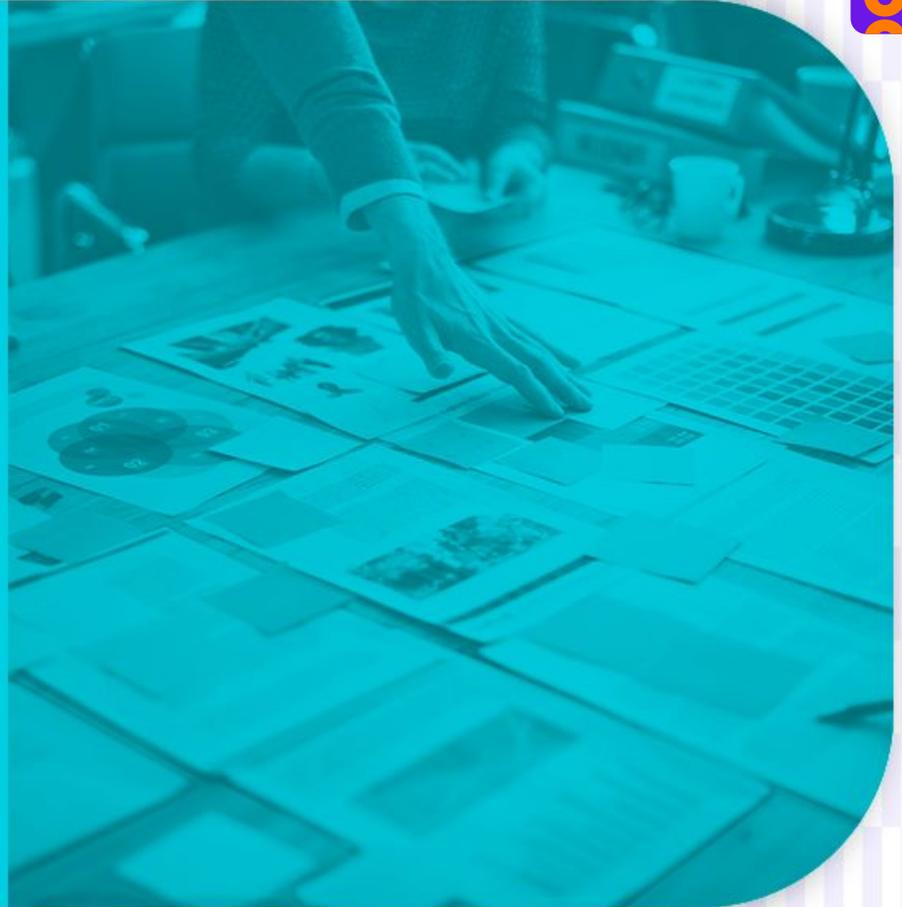
Esse é um aspecto fundamental. Quando um cliente consome algo, ele espera bons resultados. Por isso, é fundamental acompanhar métricas que apontem para a qualidade do serviço.

O NPS — Net Promoter Score — ajuda a identificar o quão engajado é um cliente com o seu serviço. Se a satisfação é tamanha a ponto de servir como um promotor da marca, ou está tão insatisfeito a ponto de ser um detrator.





Por que trabalhar a fidelização dos seus clientes?



Trabalhar para evitar os cancelamentos não é o suficiente para uma empresa que pretende crescer e ter cada vez mais negócios. É preciso atuar de forma ativa para tornar os clientes fiéis à marca.

Dessa forma, a sua empresa sempre será a primeira a qual eles vão procurar para determinado serviço. A concorrência ficará esquecida por esses clientes que além de apoiar a marca, divulgam nas redes sociais para amigos e familiares.



## **Surpreenda-os de vez em quando**

Surpresas podem ser bem agradáveis. E quando a marca faz uma surpresa boa para os clientes, é pura felicidade!

Por isso, é bom pensar em estratégias que possam aproximar os clientes por meio de surpresas como brindes, descontos, sorteios, itens colecionáveis e afins. Isso aumenta o engajamento com a marca e fortalece a relação com as pessoas.

## **Exceda as expectativas dos seus clientes**

Imagina quando você espera receber X, mas acaba recebendo X e algo a mais. Isso gera uma sensação positiva, não é mesmo?

Exceder as expectativas das pessoas é oferecer uma qualidade de serviço que mostre um verdadeiro valor para elas. É ir além da relação de comércio, para estreitar com algo mais pessoal e próximo.

## **Trabalhe bem o pós-venda**

O pós-venda é fundamental para fidelizar os clientes. Muitas vezes a gente faz uma compra e depois disso, nunca mais se relaciona com a marca. Dessa forma, quando formos procurar novamente pelo mesmo produto, raramente vamos pensar de imediato na empresa que fizemos o primeiro negócio.

O pós-venda resolve essa questão, porque mostra que a marca se importa com o cliente e quer oferecer sempre mais qualidade e serviço para ele.

## **Crie uma comunidade em torno da sua marca**

Uma estratégia que tem sido utilizada bastante — e segue em alta — é o de criar uma comunidade em torno da sua marca.

Essa comunidade pode ser feita pelas redes sociais, por exemplo, compartilhando pessoas que se relacionam positivamente com os seus produtos e serviços. Além de comprovar a qualidade e valorizar o cliente, esse recurso também serve como uma comprovação social da qualidade do seu negócio.

## **Ofereça programas de fidelidade**

Clientes satisfeitos não apenas compram novamente, como também compram mais. E com um Programa de Fidelidade, você entrega uma jornada de alto valor com a sua marca.

Isso porque os programas de fidelidade além de serem um argumento que brilha os olhos na hora da venda e diferencia da concorrência, eles também ajudam na retenção e fidelização dos clientes com a sua marca.

Por meio de uma solução focada em fomentar a lealdade do seu cliente, você pode criar estratégias como clube de benefícios, sorteios, pontos, descontos de parceiros e cashbacks.

Assim será possível criar uma aproximação do relacionamento, pós-venda e a criação de uma comunidade em torno da sua marca.

Assim, a marca fica fortalecida e excede as expectativas iniciais dos consumidores.

Atrair, reter e fidelizar clientes pode ser muito mais econômico quando feito de forma estratégica e bem pensada. Existem diferentes plataformas e ferramentas que podem ajudar nesses três eixos, potencializando o seu negócio.

Contar com parceiros que pensem, valorizem e atuem com eficiência nesse tripé (atração, retenção e fidelização) é fundamental para qualquer empresa que queira manter-se firme e competitiva no mercado, independentemente do porte.

**Diferencial competitivo, fidelização e mais vendas: tenha tudo isso com um programa de fidelidade.**



As pessoas querem mais que produtos e serviços: elas buscam experiências com as marcas. Veja a relação com seus clientes se tornar mais valiosa e impulse o sucesso do seu negócio.

- Ofereça centenas de descontos todos os dias em milhares de lojas online.
- Seus clientes ainda recebem cashback.
- Tenha liberdade para cadastrar parceiros próprios tanto físicos quanto online.
- Conte com nosso time de sucesso do cliente para acompanhar o seu projeto.
- Acompanhe o comportamento dos seus clientes em um dashboard.

**Já ajudamos centenas de empresas a fidelizar seus clientes**

[Converse com um consultor e entenda como a Alloyal pode te ajudar.](#)

