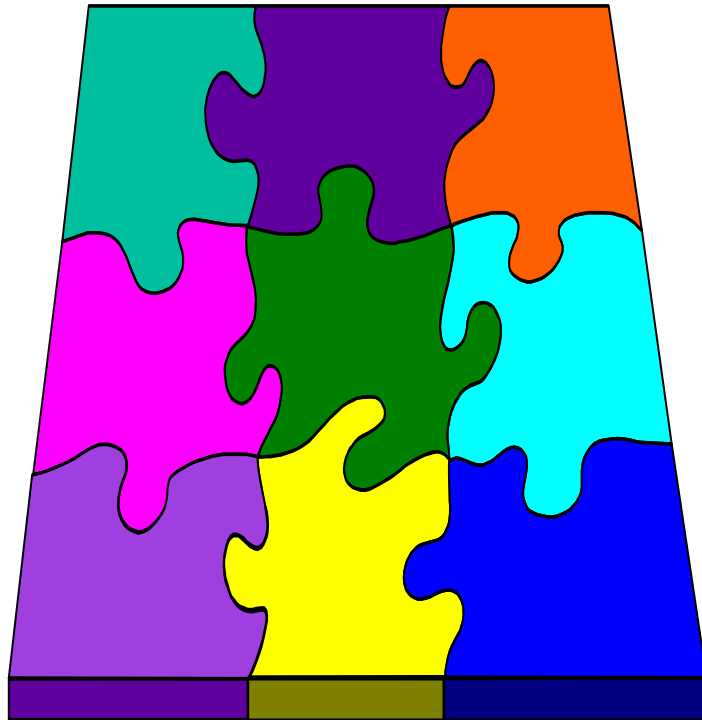


Administrando Relacionamentos e Aumentando a Fidelidade do Cliente



- Características do usuário
 - demográficas
 - psicográficas
 - localização geográfica
 - benefícios procurados
- Comportamento do usuário
 - quando, onde, quantidade usada
 - quantidade /valor das compras
 - frequência do uso
 - lucratividade da relação
 - sensibilidade a variáveis de marketing

Tipos de Clientes Inoportunos

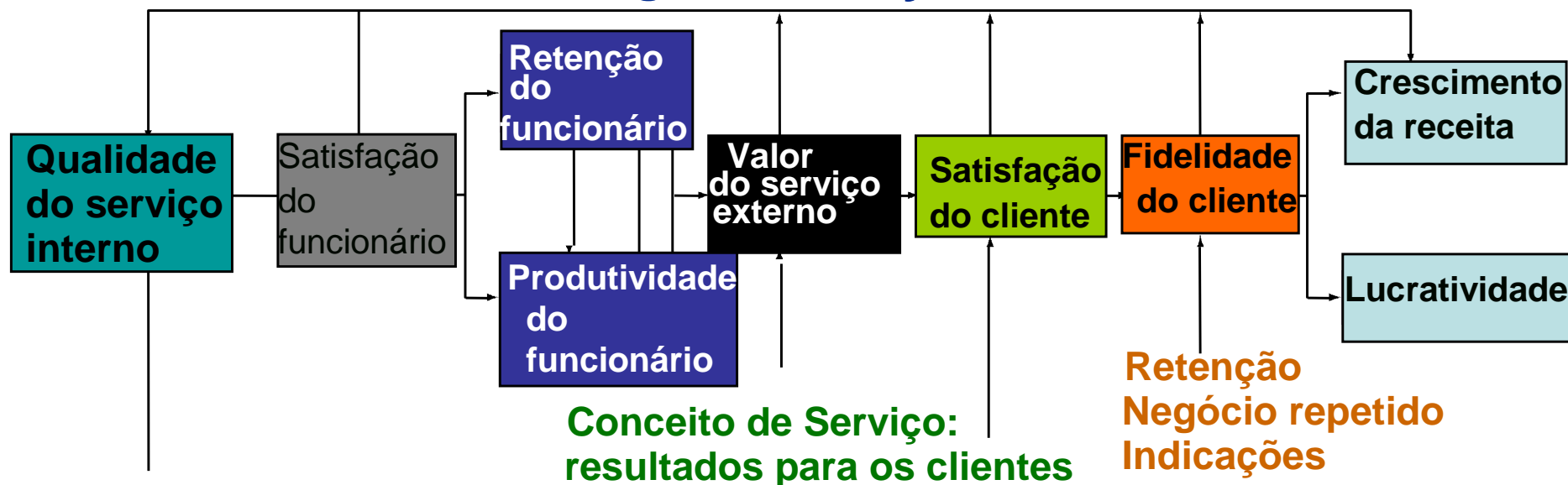


- Ladrão
- Quebrador de Regras
- Beligerante
- Encrenqueiros Familiares
- Vândalo
- Pendurado

Natureza da Entrega do Serviço	Tipo de Relação -- Empresa e Cliente	
	de Filiação	Não-Formal
Contínua	Seguros Assinaturas de TV a cabo Matrícula de faculdade Bancos	Estação de rádio Proteção policial Iluminação doméstica Vias públicas
Transações Distintas	Ligações interurbanas do telefone do assistente Assinatura de temporada teatral Viagem com vale-transporte Reparo com garantia Tratamento de saúde para conveniado de assistência médica	Aluguel de carros Serviço postal Rodovia com pedágio Orelhão Cinema Transporte público Restaurante



Estratégia Operacional e Sistema de Entrega de Serviço

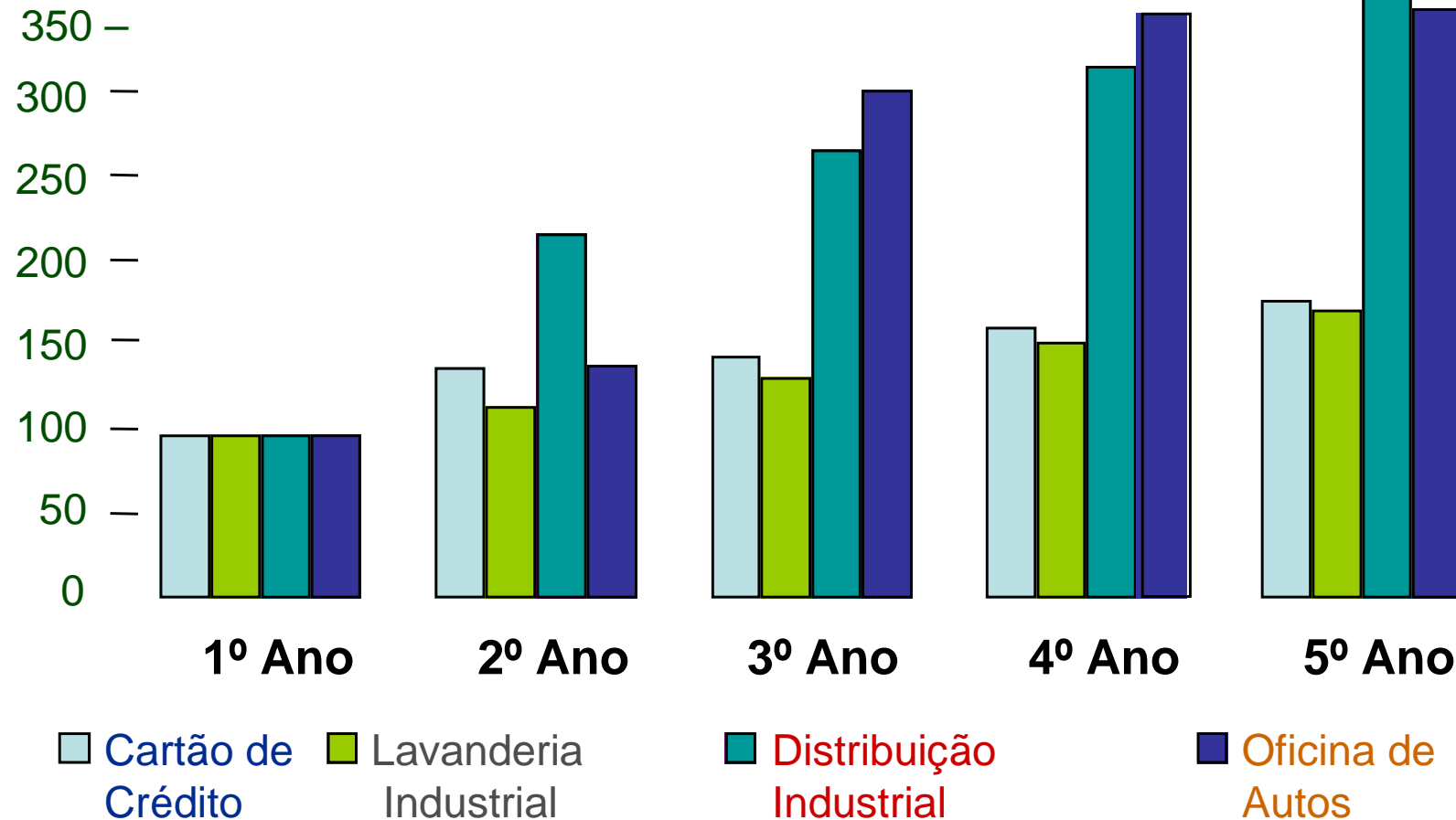


Desenho do local de trabalho
Desenho do cargo
Seleção e desenvolvimento dos funcionários
Reconhecimento e recompensa dos funcionários
Ferramentas para atender aos clientes

Serviço concebido e entregue para atender as necessidades dos clientes-alvo

Quantidade de Lucro gerada por um Cliente ao Longo do Tempo

Índice de lucros (1º Ano = 100)



Porque os Clientes Fiéis são Mais Lucrativos

- Tendem a gastar mais à medida que a relação se desenvolve
 - negócios do cliente podem crescer
 - podem passar a comprar de um único fornecedor
- Custam menos para atender
 - precisam menos informação e assistência
 - cometem menores erros
- Recomendações atraem novos clientes para a empresa (agem como vendedores não pagos)
- Confiança leva à disposição para pagar preços constantes ao invés de procurar descontos