

Caso de Pesquisa – Satisfação de clientes

As informações sobre os níveis de satisfação dos clientes constituem uma das maiores prioridades de gestão nas empresas comprometidas com qualidade de seus produtos e serviços e, por conseguinte, com os resultados alcançados junto a seus clientes.

Intimamente ligada aos processos de qualidade, que fortalecem a competitividade das empresas, a pesquisa sobre a satisfação de clientes insere-se entre os pré-requisitos que sustentam ações eficazes de marketing.

O estreito relacionamento entre marketing e qualidade fica claro a partir dos próprios conceitos da administração da qualidade ou “qualidade total” e da ênfase dada pelo sistema ISO à medição sistemática da satisfação de clientes.



Caso Let's Rent a Car

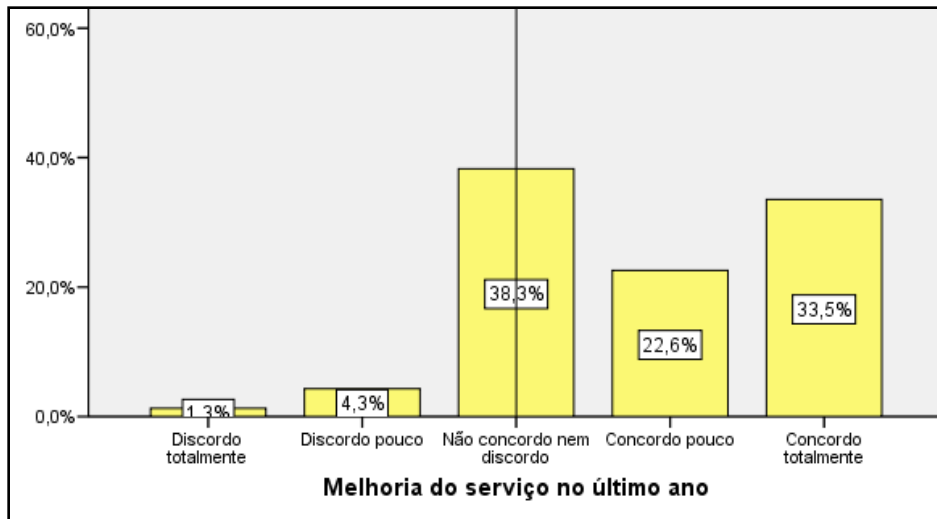
Em 2007 a Mercadotecnia desenvolveu um sistema de aferição da satisfação de clientes para a Let's rent a car.

Os resultados obtidos naquele ano mostraram um bom índice de satisfação dos clientes da empresa, mas a pesquisa também detectou alguns pontos de melhoria a serem trabalhados, destacando-se a necessidade de uma maior aproximação dos usuários dos veículos de frota.

Com guias precisos a Let's pode montar um plano de ação que foi executado e os resultados já apareceram no ano seguinte

Benefícios da Pesquisa de Satisfação bem utilizada

Em 2008 a Mercadotecnia fez nova mensuração da satisfação dos clientes da Let's. Quando questionados se a Let's melhorou o relacionamento e o serviço prestado desde o ano anterior os clientes responderam conforme gráfico abaixo.



Evolução dos índices de satisfação clientes Let's



Este é um dos casos de sucesso de um cliente que a Mercadotecnia tem orgulho de apresentar. Um exemplo claro de como auxiliamos nossos clientes a direcionar ações até mesmo em situações favoráveis, com espaço restrito para melhorias.

Mercadotecnia – O Mapa para seu sucesso