

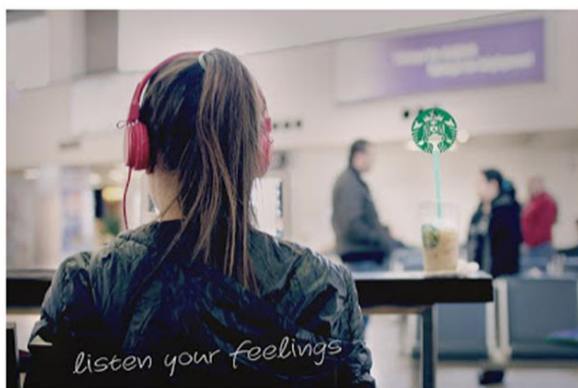
Ser Informar Marcar



ATUALMENTE » CONVERSAS » MARCAS QUE MARCAM » VISTO E REVISTO » REFLEXOS » HORA AGÁ »

QSP Summit 2013: O que escuta a Starbucks?

Quinta-feira, Março 07, 2013 | Eventos, MKT Zone | No comments



O SIM assistiu à conferência "QSP Summit 2013", que se realizou na quinta-feira, 7 de Março, em Matosinhos. O evento contou com a presença de alguns especialistas mundiais na área do marketing que partilharam ideias, estratégias e visões sobre os novos paradigmas empresariais, nomeadamente no que concerne às relações com os consumidores. A Starbucks foi uma das marcas em análise.

Estão as empresas preparadas para escutar os seus clientes e

ouvir as críticas? Foi com esta pergunta que Beatriz Navarro, directora de marketing da Starbucks para Portugal e Espanha, começou a sua apresentação. Para a conferencista, o melhor conselho para fidelizar clientes passa por "saber escutar" mas não apenas no sentido literal da palavra. "O cliente hoje diz o que entende sobre as marcas que consome, mesmo quando as empresas não estão a ouvir", nomeadamente através da internet e das redes sociais, explicou.

Mas é possível "escutar" e "sentir" os clientes de outras formas. "Quem entra nas nossas lojas? O que os traz até aqui? Com que estado de espírito entram? Que tipo de comportamento têm?". Para responder a estas perguntas, a Starbucks trabalha, junto dos seus colaboradores, aspetos como a capacidade de diagnosticar, escutar e perguntar, de forma a conseguir, o mais possível, "colocarmo-nos nos sapatos dos clientes". Em paralelo, de 3 em 3 meses, os funcionários reúnem diretamente com a chefia, onde conversam precisamente sobre aquilo que vai acontecendo nas lojas, e principalmente sobre o comportamento dos seus consumidores, de acordo com a sensibilidade de quem lá trabalha diariamente.

Já para ouvir diretamente os clientes, Beatriz Navarro referiu que é importantíssimo dar-lhes voz, de forma a que estes não tenham necessidade de "gritar". Para além de plataformas online, como o site da marca e as redes sociais, sítios nos quais os clientes podem dar feedback, positivo ou negativo, sobre as suas experiências nas lojas, é preciso fazer mais. A Starbucks, por exemplo, implementou o conceito de "roundtables", momentos em que a marca reúne frente a frente com os seus clientes, que se voluntariam para o efeito. Durante uma hora, ouvem os consumidores cara a cara. "É duro", assegurou a palestrante. "É preciso saber ouvir e encontrar formas de colmatar aquilo que efetivamente tem de ser melhorado. Com este tipo de iniciativas, assumimos uma responsabilidade com os nossos clientes", acrescentou.

A mesma responsável assegurou que os novos suportes comunicativos são importantíssimos para ouvir os clientes, mas ressaltou que as tradicionais formas de "reclamar" devem continuar a existir, desde os discretos papéis que são colocados numa caixa de forma anónima até ao telefone fixo, em cuja linha o cliente pode "desabafar".

"Ter um compromisso com o cliente", em conjunto com ele, é o caminho. Para o efeito, sublinhou, é importante "pedir desculpa quando se erra e agradecer". Através destes processos, será possível "apresentar novas propostas, descobrir novas oportunidades, melhorar os produtos atuais e converter os clientes em fãs".

Marta Araújo

PERFIL NAS REDES



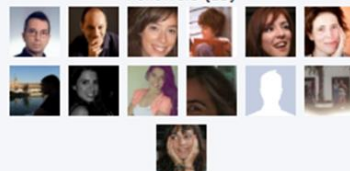
Search

Popular Tags Blog Archives

LIGAÇÃO EM REDE

NetworkedBlogs

Followers (13)



Follow this blog

MAIS POPULARES

Actual Editora: Novas Tendências em Marketing Intelligence

A decisão de compra acontece a qualquer hora, em qualquer instante, em qualquer lugar, mesmo que nenhum espaço comercial esteja pe...

Mango lança novas marcas e negocia com a Blanco

Apostar no segmento infantil é o passo que se segue no universo da Mango. A chancela Mango Kids estará à venda na próxima coleção outono...

Ter ou não ter cu nas capas dos jornais

Francisco José Viegas conseguiu uma proeza: causar embaraço aos jornalistas e editores dos jornais diários. Basta olhar para as capas de hoj...

A importância de dizer "não" na comunicação

O Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto (ISCAP) recebeu, recentemente, a agência de comunicação Comunicarte . A ...