

## O MARKETING DE RELACIONAMENTO EM UMA ESTÉTICA DE PEQUENO PORTE

Pesquisador(es): PIETROSKI, Luana Farinon; PAVAN, Daiane, DALBOSCO, Inocencia Boita.

Curso: Administração

Área: Ciências das Humanidades

Resumo: O marketing de relacionamento reside em uma série de estratégias direcionadas à melhoria do relacionamento com os clientes, com a intenção de retê-los e fidelizá-los, assim, visando resultados favoráveis à empresa a longo prazo. O referente estudo teve como objetivo elaborar estratégias de fidelização e retenção de clientes por meio do marketing de relacionamento para uma clínica de estética. Para isto, primeiramente, buscou-se diagnosticar a atual situação da empresa no que tange a fidelização e retenção de clientes, em seguida, compreender os benefícios do marketing de relacionamento para a empresa em questão e, por fim, definir as estratégias a serem implementadas por meio de um plano de ação. Dessa forma, foi executado um diagnóstico da empresa e elaborado um plano de intervenção para a mesma. A metodologia do trabalho foi baseada em análise documental e entrevista categorizada com a gestora, de modo a compreender a situação atual da empresa para, então, aplicar as ações adequadas.

Palavras-chave: Clientes. Fidelização. Retenção.

E-mails: luana.f.p@outlook.com; daiane.pavan@unoesc.edu.br.

