



COMO FIDELIZAR
CLIENTES EM MOMENTOS
DE CRISE

A fidelização de clientes é uma estratégia importantíssima para o **fortalecimento da marca e da reputação de sua empresa**, principalmente em momentos de crise. Por meio dela, os clientes se tornam embaixadores da sua marca, divulgam-na para os amigos e a família, além de darem preferência para seus produtos e serviços dentre as outras opções do mercado. No artigo a seguir, vamos explicar como fidelizar clientes em momentos difíceis como o que estamos vivendo atualmente e mostrar algumas estratégias eficientes para isso.

Não há uma única definição do que é “fidelização de clientes”. Para alguns empreendedores, ela se caracteriza quando um consumidor compra de forma constante uma marca. Outros já preferem defini-la como a exclusividade voluntária de um cliente com uma empresa. Entretanto, de modo geral, podemos dizer que fidelizar clientes **é ter um bom relacionamento com seus consumidores e construir uma base leal e engajada**. Saber como fidelizar clientes diminui os custos por aquisição, atrai leads e fortalece a sua marca. Isso faz com que ela seja extremamente importante em um momento de crise, durante o qual é preciso cortar gastos e lidar com as variações e as incertezas do mercado.

ESTRATÉGIA

Quando nos referimos a maneiras de fidelizar clientes, é preciso entender que torná-lo fiel se resume em entregar valor e **superar as expectativas dele**. Existem diversas formas de fazer isso e estratégias que podem ser adotadas. Vamos falar um pouco de algumas delas.

OFEREÇA UMA BOA EXPERIÊNCIA NA JORNADA DE COMPRA

Uma dica de como fidelizar clientes em momentos de crise é observar com mais cuidado todo o processo de compra do usuário. É importante otimizar cada etapa, para que o consumidor tenha uma boa experiência. Em um primeiro contato com a sua empresa, por exemplo, pode ser que ele ainda não esteja pronto para realizar uma compra. Ter uma equipe disponível a fim de sanar as dúvidas e mostrar com paciência as formas que o seu serviço pode ajudá-lo é uma boa maneira de entregar valor a ele.

TENHA UM POSICIONAMENTO CLARO SOBRE PAUTAS SOCIAIS

Outro modo de fidelizar clientes é estruturar a sua marca de maneira que ela contribua para trazer impactos positivos a pautas como sustentabilidade, igualdade social, meio ambiente, dentre outras. Procure não tentar abraçar muitas causas ao mesmo tempo e tenha foco. Além disso, certifique-se de que o seu apoio ultrapasse o marketing e o branding. Crie programas e promovendo ações eficazes que mostrem o seu engajamento real com a pauta que está defendendo.

OFEREÇA UMA BOA EXPERIÊNCIA NA JORNADA DE COMPRA

Uma dica de como fidelizar clientes em momentos de crise é observar com mais cuidado todo o processo de compra do usuário. É importante otimizar cada etapa, para que o consumidor tenha uma boa experiência. Em um primeiro contato com a sua empresa, por exemplo, pode ser que ele ainda não esteja pronto para realizar uma compra. Ter uma equipe disponível a fim de sanar as dúvidas e mostrar com paciência as formas que o seu serviço pode ajudá-lo é uma boa maneira de entregar valor a ele.

TENHA UM POSICIONAMENTO CLARO SOBRE PAUTAS SOCIAIS

Outro modo de fidelizar clientes é estruturar a sua marca de maneira que ela contribua para trazer impactos positivos a pautas como sustentabilidade, igualdade social, meio ambiente, dentre outras. Procure não tentar abraçar muitas causas ao mesmo tempo e tenha foco. Além disso, certifique-se de que o seu apoio ultrapasse o marketing e o branding. Crie programas e promovendo ações eficazes que mostrem o seu engajamento real com a pauta que está defendendo.

ESCUTE O SEU CLIENTE

A melhor estratégia de fidelizar clientes é ouvir o que o seu consumidor tem a dizer. Afinal, ninguém melhor do que ele para identificar oportunidades de melhoria no serviço prestado. Por isso, procure fazer entrevistas com as pessoas que compraram seu produto recentemente e entenda o que é necessário ser modificado no atendimento ou no produto oferecido, caso isso seja proposto. **Aceite insights e sugestões sobre o que pode ser otimizado e quais novas iniciativas caberiam a sua empresa tomar.**

Em momentos de crise, em que há mudanças na jornada de compra e na forma como as pessoas consomem produtos e serviços, é mais do que fundamental conversar com seus clientes com a intenção de conseguir se destacar no mercado e ampliar sua estratégia de fidelização. Sabendo exatamente o que o seu consumidor quer, quais os objetivos que ele deseja alcançar e o que é valioso para ele, fica mais fácil aumentar a qualidade do seu serviço e oferecer uma experiência de compra diferenciada.

