**MARKETING DE RELACIONAMENTO PARA FIDELIZAÇÃO DE CLIENTES:**

**O caso da GSW exportações de madeiras**

**APÊNDICE A - ROTEIRO DE ENTREVISTA**

**1 IDENTIFICAÇÃO DO ENTREVISTADO**

Função na empresa: Sócio-gerente.

Tempo de empresa: Desde a fundação – 2001.

Tem formação na área de exportação: Não, somente em administração.

**Como ocorre as operações na empresa, como é feito o relacionamento com o cliente?**

Quem faz o contato direto com o cliente sou eu mesmo, desde 2001 quando a empresa começou, é focado no relacionamento pessoal com o cliente né, entendendo as necessidades, as demandas de cada um cliente, e procurando oferecer aquilo que eles procuram, a gente não perde tempo, primeiro entende o que o cliente precisa pra poder oferecer um produto preciso que vai se encaixar pra aquilo que ele está procurando.

**2. MARKETING DE RELACIONAMENTO**

1- Procurar criar valor e compartilhar esse valor entre o cliente e o produtor.

**Quem são os fornecedores da empresa? Onde estão localizados? Como ocorre o relacionamento com eles?**

Isso mudou muito ao longo do tempo, no início nós comprávamos de serrarias e exportava madeiras serradas e beneficiadas, e depois de um tempo passamos a comprar de fazendas, de produtores de árvores, de plantadores e trabalhar com a tora e não mais com o produto beneficiado.

De um modo geral tudo sempre foi do estado do Pará, mais de diferentes municípios Paragominas a gente comprou muito, Dom Elizeu, Santa Maria, Tomé-Açu, Tailândia, Goianésia, Marabá, Uruará bastante, Santarém, Altamira, o Pará como um todo é o local que a gente compra.

Eu faço geralmente o primeiro contato e fecho a negociação, e depois designo uma pessoa pra cuidar do relacionamento do dia a dia.

**Quem são os clientes da empresa? Onde estão localizados? Como ocorre o relacionamento com eles?**

Isso também mudou muito ao longo do tempo, exportamos muito pra China no início, pra Espanha, em 2005 o principal mercado foi os Estados Unidos e Canada, américa do norte, onde a gente ficou durante 10anos fornecendo produtos acabados para lá. Hoje o principal mercado é Índia e os contratos futuros provavelmente serão para a Europa.

2- Reconhece que os clientes individuais são fundamentais não apenas como compradores;

**Considera que possui clientes fiéis a empresa?**

Eu acho que o cliente é fiel ao produto, se você tiver atendendo ele, tiver o produto que ele precisa naquele momento, sim nós tivemos clientes que trabalharam com a gente por 10 anos mas as condições de mercados mudaram e a gente acabou tendo que focar em outros clientes, mas tivemos clientes fiéis durante muito tempo.

**Quais os principais canais de comunicação com os clientes e com que frequência acontece?**

Sim, falamos direto com eles, o canal de comunicação também mudou, começou com o fax, depois foi pro e-mail e hoje está no whatsapp.

**Como os clientes chegam até sua empresa**?

Na maior parte os contatos foram feitos diretamente por mim.

**Costuma atender novos clientes indicados por clientes já atendidos pela organização?**

Sim, nós atendemos.

**Já perdeu clientes pelo relacionamento com a empresa? (Se sim, quais os motivos?)**

É uma boa pergunta, agora eu não me recordo mas eu imagino que sim, que a gente já tenha, as vezes por algum problema de qualidade, mas coisas sempre pontuais, de um modo geral nós tivemos relacionamentos contínuos.

3- Exige que uma empresa, alinhe e planeje seus processos de negócios, comunicações, tecnologia e seu pessoal afim de manter o valor que cliente individual deseja;

**Realiza planejamento estratégico de curto e longo prazo, voltado para o relacionamento com os clientes?**

Bem a fidelização do cliente ela é nesse mercado um pouco relativa, porque se você tiver com um bom produto num preço razoável você tem o cliente, mas por melhor que seja seu relacionamento com ele se o seu preço tá um pouco acima ele deixa de comprar, então é o relacionamento é muito importante mas ele não é mais importante que a competitividade do seu negócio.

**Quais estratégias utiliza para o relacionamento com os clientes?**

- Comunicação: Whatsapp

- Possui uma equipe com formação estratégica para a operação: Não é só uma pessoa, só eu mesmo que faço.

4- É um esforço continuo e colaborativo entre cliente e empresa;

**Quais as dificuldades rotineiras no relacionamento com os clientes?**

A gente tem uma dificuldade de horário, por causa de alguns clientes tão do outro lado do mundo, na Ásia, na Europa, então as vezes o horário que precisa, você tem disponível pra falar com eles ele é um horário inconveniente, então essa é uma das grandes dificuldades.

**Considera que existe esforço colaborativo de ambas as partes?**

Tem com certeza, os clientes se esforçam bastante para manter o relacionamento.

5- Reconhece o valor dos clientes por período de vida de consumo e não como clientes individuais;

**A empresa reconhece o valor dos clientes?**

Bastante, valoriza muito sem eles a gente não paga as contas.

**A empresa faz com que os clientes se sintam valorizados e como é feito esse processo de valorização do cliente?**

Sim, procura atender, principalmente quando eles nos visitam, atende eles, dá bastante atenção, leva eles para conhecer toda a nossa operação procuramos atender eles com muito cuidado.

6- Procura construir uma cadeia de relacionamentos dentro da empresa.

**Como ocorre o pós-venda?**

Ele ocorre no acompanhamento do embarque, na entrega do produto e na satisfação do cliente com o produto recebido.

**Considera que as estratégias de pós-venda são importantes na fidelização dos clientes?**

São muito importantes, porque apesar dos termos de venda que a gente pratica, é a responsabilidade sobre a mercadoria é transferida pro cliente no ato do embarque, mas nós acompanhamos a mercadoria até a entrega e até o uso ou consumo pelo cliente, pra que possa manter uma fidelização, pra que possa haver uma fidelização.

**Possui parceiros que considera importante da intermediação das negociações? Isso é importante para a fidelização do cliente?**

Não possuímos parceiros, todas as negociações são feitas pelo sócio-gerente.

**3. FIDELIZAÇÃO DE CLIENTES**

1. Modelo de Recompensa:

**Procura recompensar a fidelidade e a repetição da compra? De que forma?**

Com o acompanhamento, dando um acompanhamento é até a mercadoria ser entregue e ser vendida ou consumida pelo cliente, é o melhor que a gente pode fazer.

1. Modelo Educacional:

**Busca manter um ciclo de comunicação interativa com os clientes? De que forma?**

Diária.

1. Modelo Contratual:

**Considera que a sua empresa possui uma boa reputação na visão dos clientes?**

Eu considero que sim, mais isso é uma pergunta pra ser feita ao cliente.

**Costuma fazer contrato? De curto e longo prazo? Como isso é definido?**

Sim, sim sempre fazemos contratos pontuais quanto de longo prazo, isso é definido de acordo com o tipo de produto né que tá sendo negociado, por vezes são vendas pontuais mas é em algumas situações são embarques contínuos mas de um modo geral a maioria das vezes são vendas pontuais.

**É um a estratégia para fidelizar clientes?**

As vezes no comercio exterior, a maior parte das vendas ela é pontual, é uma venda só, porque tem muitas variações de preço, variações de demanda, de oferta, de preço, de taxa de câmbio então as empresas(clientes) preferem não assumir riscos de longo prazo.

1. Modelo de Afinidade:

**Procura atingir alto nível de resposta reunindo grupos de clientes com interesses em comum?**

Sim, a gente procura sempre os clientes que tenham interesses nos produtos que a gente trabalha pra ter sempre a maior parte das respostas positivas.

**Considera um ponto positivo para a fidelização de clientes?**

Sim

1. Modelo do Serviço de Valor Agregado:

**São envolvidos serviços que tem alto valor para o cliente?**

Normalmente a gente não presta serviços só o produto.

**Como ocorre? Considera essas estratégias como diferencial para fidelização de clientes?**

No caso como trabalhamos com produtos, são feitos levantamentos das áreas a serem compradas e verificação por laboratórios de amostras encaminhadas

1. Modelos de Alianças ou Complementares:

**Possui parceria com outras empresas para atendimento aos clientes?**

Nós já utilizamos no passado, mas é mais um contato direto da empresa com o cliente, a gente não usa assim é terceirizados para fazer contato.

**Como ocorre? Considera que essa estratégia é importante para fidelização dos clientes?**

Atualmente não trabalhamos com empresas de atendimento, quem faz todo o processo de atendimento é o sócio-gerente, sim consideramos o atendimento aos clientes um dos principais meios para a fidelização.

**EM SUA OPINIÃO, QUAL (IS) A (S) ESTRATÉGIA (S) MAIS EFICIENTE (S) PARA FIDELIZAÇÃO DOS CLIENTES?**

Pontualidade na entrega, qualidade do produto são as coisas mais importantes, pontualidade é fundamental e um produto de qualidade porque não adianta ser pontual e entregar um produto inferior ao que foi prometido, então esses são os dois pontos importantes para responder essa pergunta.