



<b>Evento</b>	Salão UFRGS 2014: SIC - XXVI SALÃO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA UFRGS
<b>Ano</b>	2014
<b>Local</b>	Porto Alegre
<b>Título</b>	MARKETING DE RELACIONAMENTO COMO FERRAMENTA DE SATISFAÇÃO E FIDELIZAÇÃO DE CLIENTES: UM ESTUDO DE CASO
<b>Autor</b>	FÁBIO HENRIQUE SPRENGER
<b>Orientador</b>	NICÉIA WÜNSCH
<b>Instituição</b>	Faculdade Dom Alberto

## **MARKETING DE RELACIONAMENTO COMO FERRAMENTA DE SATISFAÇÃO E FIDELIZAÇÃO DE CLIENTES: UM ESTUDO DE CASO**

Num mercado de mudanças frequentes, torna-se cada vez mais necessário que as empresas busquem novas estratégias para se relacionar com seus clientes e alcançar as metas estabelecidas. O estudo foi realizado em uma empresa do setor de borrachas, situada no município de Santa Cruz do Sul, tem como objetivo apontar o desenvolvimento do marketing de relacionamento na empresa por meio de uma análise permanente da perspectiva do cliente quanto a sua satisfação dos produtos ao atendimento, observando o viés da sustentabilidade aplicado na empresa estudada. O método de pesquisa utilizado será um estudo de caso com abordagem quantitativa e qualitativa dos dados, além dos métodos de pesquisa bibliográfica de natureza descritiva e exploratória. O referencial está relacionado à gestão de marketing com foco no marketing de relacionamento e a gestão de clientes. Sobretudo, pode-se concluir que o investimento no relacionamento com clientes é um fator essencial para a manutenção de uma empresa no mercado. Buscar desenvolver maneiras de entender o que o cliente busca em um determinado produto e o grau de satisfação deste cliente atendido pela empresa é uma forma de colaborar para a melhoria do relacionamento duradouro com ele. Além disso, a pesquisa contribuiu na comunicação da visão de negócio sustentável da empresa para que a mesma seja de conhecimento desses, no sentido de entenderem seu posicionamento no mercado competitivo. Isso proporcionou a melhoria da relação empresa *versus* cliente.