

Eixo Apoio Gerencial

Gestão da Inovação – Relacionamento com os Clientes

Diego Pierotti Procópio
Eduardo Corneto Silva

Olá, Micro e Pequeno empresário! Você já pensou como vai sair dessa crise e melhorar seus resultados? Para Osterwalder e Pigneur (2013), um Modelo de Negócio possui a **função de criação, entrega e captura de valor** por parte da organização.

De acordo com o Sebrae (2013), o **valor** pode ser definido pela razão ou motivo pelo qual as pessoas adquirem seus produtos ou serviços. Nesse processo, deve-se preocupar com o atendimento de uma necessidade do cliente, com a resolução de algum problema ou se está melhorando uma situação já existente. **Percebe-se então que o ganho de valor da sua empresa está diretamente relacionado com o cliente, ou seja, há uma conexão da empresa com o cliente!**

No texto anterior foi apresentado o **Modelo Canvas**, que é dividido em 9 quadrantes. Você se lembra? Caso não, faça uma releitura do material. Um dos quadrinhos indica o item o “**Relacionamento com os clientes**”, **que se relaciona com a capacidade da empresa em conquistar e manter uma boa relação com os consumidores finais** (SEBRAE, 2013).

Algumas ações simples podem te auxiliar a manter um maior contato e visibilidade da sua empresa com os seus clientes em tempos de crises causadas por pandemia, como a do Covid-19. Já pensou no que poderia ser? **Sua empresa possui um perfil em redes sociais?** Caso não, vamos lá para algumas dicas!

(a) Facebook

A interface para a criação de uma página empresarial no Facebook está indicada na Figura 1.

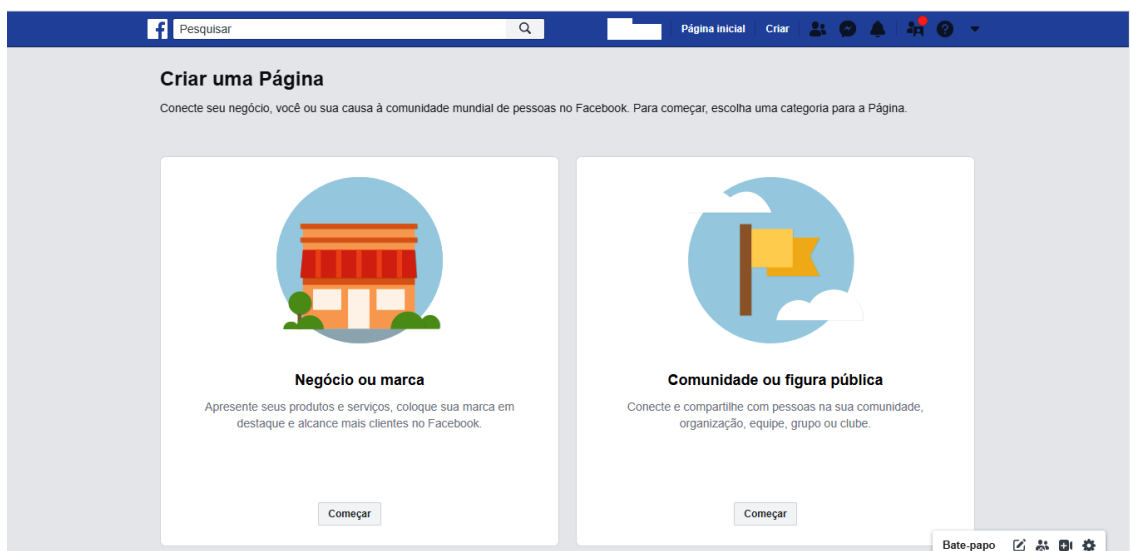


Figura 1. Painel de criação de uma página empresarial no Facebook.
Fonte: Facebook (2020).

Ao criar uma página de sua empresa no Facebook, é importante se preocupar com o tipo de conteúdo a ser mostrado para os seus **atuais e futuros clientes!**

Os principais conteúdos a serem apresentados, devem ser:

- Histórico da empresa (Faça um relato de como iniciou a atividade)
- Localização e contato telefônico/e-mail
- Produtos/serviços oferecidos (É importante apresentar as principais qualidades dos produtos/serviços, preços, etc.)

(b) Instagram

O Instagram é outra rede social em crescimento no Brasil e de fácil conectividade com o público (Figura 2).



Instagram

Figura 2. Logo do Instagram.

Fonte: Multarte (2020).

Por meio do Instagram é possível criar as “*comunidades virtuais*” através do perfil da sua empresa. De acordo com o Sebrae (2013), a função básica desse tipo de recurso é a de **possibilitar uma aproximação maior dos clientes** com os produtos/serviços de uma empresa.

Os conteúdos a serem apresentados podem ser os mesmos da página empresarial do Facebook. Sendo assim, é importante que você crie os dois canais de divulgação para a sua empresa! Assim possui uma possibilidade de ampliar a quantidade de clientes para a sua empresa e superar as dificuldades enfrentadas nesse período de pandemia!

Caso tenha dificuldades em operacionalizar esses recursos, entre em contato que estamos aqui para ajudá-los!

No próximo material trataremos de ferramentas que podem auxiliar os canais de comercialização para a sua empresa! Até mais!

Referências Bibliográficas

FACEBOOK. Disponível em: <https://www.facebook.com/>. Acesso em: 27 de maio de 2020.

MULTARTE. **Logo do Instagram PNG**. Disponível em: <https://multarte.com.br/logo-do-instagram-png-fundo-transparente/>. Acesso em: 28 de maio de 2020.

OSTERWALDER, A.; PIGNEUR, Y. **Business model generation: inovação em modelos de negócios**. Rio de Janeiro: Alta Books Editora, 2013.

SEBRAE – SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **O quadro de Modelo de Negócios:** um caminho para criar, recriar e inovar em modelos de negócio, ano de 2013. Disponível em: https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/ES/Anexos/ES_QUADROMODELODENEGOCIOS_16_PDF.pdf. Acesso em: 28 de maio de 2020.