

## Valor agregado e conveniência transformam programa de fidelização em diferencial



Mirian Schmitt, diretora do Peppers & Rogers Group

Programas de fidelização se tornam diferenciais para as companhias apenas quando são baseados em uma proposta de agregação de valor e oferecem conveniência e relevância para os clientes. Sem isso, garante Mirian Schmitt, diretora do Peppers & Rogers Group, não passam de meras commodities.

“Para fazer de um programa de fidelidade um diferencial, é preciso uma boa proposta de valor. Se o programa não tiver ações que suportem sua proposta, será igual a todos os outros e não fará com que o cliente fique mais tempo na empresa. Além da proposta, é preciso vincular conveniência ao programa. Se para o cliente for conveniente e relevante participar, ele ficará”, afirma Mirian, que participou nesta sexta-feira (26/09) do comitê de Marketing da Amcham-São Paulo.

Outra característica essencial ao sucesso de um programa de fidelização é a auto-sustentabilidade. Na visão da diretora, caso a iniciativa absorva parte do lucro da companhia, não trará retorno para o negócio.

“É preciso fazer um programa que agregue rentabilidade, mas a meta deve ser sempre a auto-sustentabilidade. Isso significa que os clientes que participam gastam mais, ficam mais tempo e que os benefícios entregues se pagam somente com os resultados”, explica ela.

Mirian destaca ainda a importância da frequência do contato para a fidelização do cliente. “Troca-se de carro todo mês? Por isso, montadoras enfrentam grande dificuldade. Para alguns segmentos, é muito mais desafiador ter esses programas.”

### Marketing Round Up

Temas do marketing ganharão um debate aprofundado em 07 de novembro, quando a Amcham realiza a III Marketing Round Up. O evento tratará de investimentos e tendências para a área em 2009. Mais informações podem ser obtidas pelo telefone (11) 3011-6000.

Valor agregado e conveniência transformam programa de fidelização em diferencial. **Portal AMCHAM**, out. 2008. Disponível em: <<http://www.amcham.com.br>>. Acesso em 1 out. 2008