

Níveis de Desempenho em Marketing

Como Aumentar o Desempenho de Marketing de Uma Organização? Quais as Principais Atitudes de Marketing Adotadas Pelos Departamentos de Uma Empresa Vencedora?

Equivocadamente, muitas pessoas vêm afirmando que o Marketing é, acima de tudo, um “importante departamento” dentro das organizações. É verdade que muitas empresas possuem até um bom departamento de marketing, no qual se concentram grande parte das idéias geniais que antecederam a bons produtos.

Porém, se as atitudes e o trabalho de marketing se concentrassem apenas nesse setor as organizações não se sairiam tão bem assim e, muito menos, haveria bons lançamentos de produtos.

Uma empresa pode até ter um melhor Departamento de Marketing do que os concorrentes do segmento em que atua e, mesmo assim, pode não conseguir bom desempenho com seus produtos e/ou serviços. Em grande parte isso ocorre devido a falta de preocupação de outros setores com os ativos mais importantes de uma organização – os seus clientes.

Muitos concordam que o Marketing é tão importante que não deveria ficar apenas sob a responsabilidade de um departamento. Para esses, as atitudes e o trabalho de marketing deveriam ser desenvolvidos desde o mais humilde dos funcionários da empresa até o seu próprio presidente.

Organizações vencedoras fazem com que todos os seus departamentos sejam orientados para os clientes, concentrando-se na conquista e na manutenção de seus consumidores.

Diante disso, veremos abaixo alguns exemplos de preocupações com os clientes de alguns setores das empresas vencedoras, os quais certamente aumentam os níveis de desempenho em Marketing:

- Departamento de Marketing: Desenvolvem produtos e/ou serviços específicos para cada público-alvo. Ou seja, praticam o Marketing-On-To-One (Individual). Avaliam continuamente a imagem da organização e a satisfação dos consumidores. Influenciam todos os outros setores da organização a se concentrarem no cliente.
- Departamento de Vendas: Os vendedores conhecem profundamente os setores que atuam e o perfil de seus clientes. Esforçam-se para oferecer aos clientes as melhores soluções. Sempre informam à organização sobre as necessidades específicas e as idéias dos seus clientes. Internamente, estabelecem alto padrão de atendimento ao cliente, operando um SAC eficiente que responde às solicitações, lida com reclamações e soluciona problemas de forma satisfatória e em tempo mínimo.

- Departamento de Compras: Não abrem mão da qualidade em benefício de preços mais baixos. Desenvolvem parcerias de longo prazo com fornecedores específicos.
- Departamento de Produção: Convidam clientes a visitarem suas instalações e visitam as instalações de clientes a fim de verificarem como estão sendo utilizados os produtos fornecidos pela organização. Melhoram continuamente a qualidade dos produtos, atendendo às exigências dos clientes quanto à customização.
- Departamento de Pesquisa & Desenvolvimento: Se reúnem com frequência aos clientes da organização a fim de ouvirem seus problemas e sugestões. Estão sempre dispostos a envolverem outros departamentos – Marketing, Produção e outros – em cada novo projeto. Fazem benchmarking dos produtos dos concorrentes, melhorando continuamente seu próprio produto baseado no feedback do mercado.
- Departamento Financeiro: Apóiam os investimentos de Marketing relacionados a conquistar a preferência e a fidelização de clientes. Preparam faturas e relatórios específicos às necessidades dos clientes e respondem às suas consultas com rapidez e cortesia.