



Portfólio

Olá leitor! Como vai?

Me chamo Giseli Pimentel Rodrigues tenho 18 anos, atualmente estou trabalhando na empresa da CASAN de Dionísio Cerqueira como jovem aprendiz, estou gostando muito dessa experiência, estou aprendendo muito e vejo que com essa aprendizagem estou evoluindo muito em vários sentidos e sinto que desde que comecei a trabalhar na CASAN estou tendo mais confiança no que estou fazendo, hoje em dia estou fazendo faculdade de Biomedicina na UNIPAR.

O que é o CIEEBOOK?

O CIEEBOOK, é um livro digital, que tem por objetivo fazer um compilado de 8 encontros realizados na plataforma + videoconferências e trazer um pouco do que eu aprendi dos temas trabalhados. É uma maneira de aproximar aprendiz, empresa e curso de aprendizagem. Espero que tenha uma leitura agradável e aprendam comigo também.

Sumário

81. A importância da boa comunicação no atendimento ao cliente.

82. Comunicação não-violenta.

83. A psicologia de vendas

85. Satisfação do cliente e Pós vendas.

86. O Marketing e seus conceitos

88. Canais de oferta de produtos

81. A importância da boa comunicação no atendimento ao cliente

A comunicação com o cliente abre caminho para diversos insights que favoreçam a empresa, e os clientes também. Desta interação, podem surgir ideias para novos produtos, novas estratégias de fidelização, melhorias pontuais que elevam as vendas, novos posicionamentos, e até mesmo uma nova identidade.

Uma comunicação eficaz e empática ajuda a criar um relacionamento forte e duradouro entre a empresa e seus clientes. Esta é a razão pela qual entender as necessidades dos clientes e estabelecer uma comunicação rápida e eficiente é essencial para o sucesso de qualquer negócio.

A comunicação faz parte dos seres humanos desde antes da formação da sociedade e até os dias de hoje garante com que consigamos transmitir nossas ideias e pensamentos, além de resolver nossos conflitos e ajudar na construção de uma carreira profissional de sucesso.

82. Comunicação não-violenta.

Para colocar a Comunicação não-violenta. em prática, vale usar seu passo a passo que consiste em: ouvir e observar, indagar os sentimentos, compreender as necessidades e argumentar. Nessa programação, a comunicação terá passado pelos principais pilares da Comunicação não-violenta., ou seja, consciência, linguagem, comunicação e influência.

Os 4 pilares da comunicação não violenta? O conceito de comunicação não violenta (CNV) é formado por quatro pilares: observação, sentimento, necessidade, pedido.

Princípios da CNV? Conexão, honestidade, empatia e bem-estar físico são alguns dos princípios fundamentais da comunicação não violenta e uma excelente maneira de evitar conflitos.

83.A psicologia de vendas

O intuito da psicologia de vendas é reunir informações sobre o comportamento do público ao longo do processo de compra. A partir disso, é possível elaborar ações de marketing e discursos adequados que irão despertar as emoções certas no consumidor para que ele deseje efetuar a compra de um produto ou serviço.

A persuasão é uma das técnicas de vendas mais atreladas à psicologia. Isso porque, por definição, persuadir alguém é o mesmo que convencer, fazer com que o outro absorva seu ponto de vista. É uma técnica de vendas que funciona muito bem se aliada à sutileza e aos gatilhos mentais.

No Marketing, a Psicologia é utilizada para compreender profundamente os seguintes pontos:
Forma de pensar do consumidor: por meio das pesquisas, é possível ser coletados dados importantes. Cada faixa etária possui uma forma de pensar, assim como cada classe social tem desejos e necessidades diferentes.

85. Satisfação do cliente e Pós vendas.

Valorização da opinião: o pós-venda possibilita que o cliente dê seu feedback, o que contribui para que se sinta valorizado pela marca. Satisfação: a sensação de obter confiança, apoio e valorização de uma marca certamente aumenta a satisfação do cliente e torna a experiência de compra muito mais tranquila e agradável.

O pós-venda é a parte do atendimento ao cliente que reúne as estratégias pensadas para melhorar a experiência após a compra de um produto ou contratação de um serviço.

A satisfação de clientes é uma métrica que avalia o nível de contentamento do consumidor em relação aos produtos, serviços e a experiência proporcionada por uma marca. Product Owner é o profissional responsável por definir os itens que estão dentro do Product Backlog e que serão priorizados dentro do negócio, buscando o maior ROI possível em todos os momentos. Ter uma visão clara do produto e da forma de trabalhar é uma de tantas missões que o PO tem nas empresas.

86. O Marketing e seus conceitos

Marketing é a ciência e arte de explorar, criar e entregar valor para satisfazer as necessidades e os desejos de um mercado consumidor a partir da oferta de produtos ou serviços que despertem o interesse do público. Assim, o Marketing consegue gerar valor para os clientes e também lucro para as empresas. Os conceitos centrais de marketing (necessidades, desejos, demandas, produtos, troca, transações e mercados) estão interligados numa relação causal direta. Esta relação tem como princípio a base da construção da própria fundamentação teórica do marketing. Definições de Marketing “Identificar, antecipar e satisfazer às necessidades do cliente de forma lucrativa”. “Marketing é o conjunto de atividades que tem por fim concretizar relações de troca. Essa troca ocorre entre os produtos e serviços da empresa com o poder aquisitivo do consumidor”.

88. Canais de oferta de produtos

O canal pode ser usado para vender produtos ou serviços, seja no meio online ou offline. Com canais bem definidos, a empresa pode divulgar suas ofertas em cada um deles, atraindo o público presente em cada um desses meios.

Um canal de venda é um meio de comercialização de serviços e produtos que pode ser online ou offline. Ele serve tanto para manter contato, quanto para conquistar novos clientes.

Os canais de distribuição são intermediadores entre a entrega de um produto ou serviço a seus clientes, garantindo que essa entrega ocorrerá na hora e na quantidade adequada para o consumidor.

Um canal de vendas é um meio pelo qual uma empresa vende para os consumidores. O canal pode ser usado para vender produtos ou serviços, seja no meio online ou offline. Com canais bem definidos, a empresa pode divulgar suas ofertas em cada um deles, atraindo o público presente em cada um desses meios.