

JALMIR DA SILVA REIS

CENTRAL DE RELACIONAMENTO COMO FATOR CRÍTICO DE SUCESSO NA  
FIDELIZAÇÃO DE CLIENTES: UM ESTUDO COMPARATIVO ENTRE  
EMPRESAS DO SETOR INDUSTRIAL E DO SETOR DE SERVIÇOS

Resumo

Essa pesquisa teve por objetivo fazer uma análise entre empresas do setor industrial e do setor de serviços, comparando o papel das áreas de atendimento em projetos CRM nessas empresas. A fundamentação teórica abordou em primeiro lugar a estratégia, que foi estudada de forma geral e na sua utilização nas empresas. Os principais textos utilizados nesse item foram os de Porter, Mintzberg e Bethlem. Em seguida foram estudados os projetos CRM e as estratégias para sua implementação, onde Bretzke, Kotler e Peppers tiveram uma maior contribuição teórica. Finalmente, foi estudado o papel da central de relacionamento em todo esse contexto, e Fitzsimmons, Mancini e novamente Peppers foram os autores mais utilizados. A pesquisa utilizou uma ampla revisão bibliográfica em periódicos, jornais, Internet e principalmente livros. Também, foi realizada uma pesquisa de campo junto às empresas estudadas, com coleta de informações no formato de pesquisa de opinião. Os resultados obtidos nas empresas pesquisadas confirmam a suposição de que as empresas do setor de serviços têm uma melhor estrutura de atendimento para se relacionar com seus clientes e dão uma importância mais acentuada a utilização de uma central de relacionamento em projetos CRM.

**Palavras-chave:** Central de atendimento. Call Center. CRM. Marketing de relacionamento.