



CAPTAÇÃO E FIDELIZAÇÃO DE CLIENTES NO MERCADO CONTÁBIL

03 Passos para ter sucesso na gestão
do relacionamento com o cliente!



ACESSÓRIAS

Índice

Introdução	03
Capítulo 1: Planejando a captação de clientes	04
Capítulo 2: Como prospectar clientes	09
Capítulo 3: Fidelização de clientes	13

Introdução

Conquistar clientes é uma tarefa importante para qualquer negócio e saber como construir estratégias para atraí-los é desafiador. Para fazer a sua empresa contábil crescer não basta querer novos clientes, é necessário estar preparado para recebê-los com qualidade e conseguir criar um bom relacionamento com aqueles clientes que já estão com você.

Embora existam várias formas de chegar à novos clientes, a indicação ainda é uma das mais relevantes. Por isso é importante garantir que os seus clientes estejam satisfeitos com o serviço prestado pela sua empresa contábil, pois o cliente satisfeito permanece com você e ainda te indica, fortalecendo a imagem e reputação do seu negócio.

Apesar das indicações, é crucial criar uma estratégia de captação bem elaborada, que garanta mostrar diferenciais frente a concorrência e que não dependa de fatores fora do seu controle para alcançar o sucesso.

Neste guia, você terá acesso à orientações e dicas para te acompanhar em todo o processo da conquista dos clientes, desde a análise da situação atual da sua empresa e o planejamento das ações de captação, até a fidelização dos clientes por meio da aproximação e de melhorias no atendimento realizado pela sua equipe.

Capítulo 1

Planejando a captação de clientes

Análise do ambiente da sua empresa contábil

Planejar sempre!

Seja no comércio de produtos ou serviços, a busca por novos clientes é sempre um assunto de interesse para o empreendedor. Porém, antes de tomar qualquer atitude relacionada à busca de novos clientes é necessário analisar se a sua empresa está preparada para isso. Ampliar o número de clientes sem ter uma estrutura adequada para atender a nova demanda com qualidade pode acabar prejudicando a reputação do seu negócio.

Muitas empresas erram ao deixar o planejamento de lado e executar ações baseadas apenas em suas próprias impressões. A bagagem da experiência profissional conta muito, mas para medidas assertivas precisamos nos basear em um planejamento bem pensado.

No caso de uma empresa contábil, por exemplo, não adianta aumentar a quantidade de clientes e sobrecarregar a equipe, perder o controle do que está sendo realizado e atrasar entregas. Cometer esses erros, além de não contribuir para o crescimento da empresa, acaba sendo algo que prejudica sua imagem no mercado. É preciso alinhar estratégias que permitam a expansão da sua empresa contábil sem prejudicar sua reputação.

Análise SWOT para empresas contábeis

O primeiro passo antes de buscar novos clientes é fazer uma análise do seu negócio. Conheça aquilo que você faz bem e reconheça aquilo em que precisa melhorar. Para fazer esse estudo sugerimos utilizar a análise SWOT (em inglês, *strenghts, weaknesses, opportunities e threats*) que é uma ferramenta do marketing utilizada para levantar as forças e fraquezas, oportunidades e ameaças de uma empresa. Essa avaliação global vai levantar dados internos e externos importantes sobre a realidade da atuação da sua empresa contábil e te ajudar a pensar estratégias para otimizar o seu serviço.

Realizar uma análise SWOT será um diferencial na gestão de sua empresa de contabilidade. Ela engloba a pesquisa em diversos ambientes, com foco no retorno econômico e financeiro, desenvolvimento de um planejamento estratégico eficaz e determinação de metas a serem seguidas. Essa análise vai te dar uma visão geral do seu negócio e assim você poderá fazer os ajustes necessários antes de receber novos clientes.

Análise do Ambiente Interno

Forças

Levantar e analisar as vantagens internas da sua empresa contábil em relação à concorrência. Identificar o diferencial competitivo da empresa, nível de conhecimento do segmento e tecnologias disponíveis, qualificação dos profissionais, reputação, imagem, recursos físicos, entre outros.

Fraquezas

Levantar e analisar as desvantagens internas da sua empresa contábil em relação à concorrência. São fatores que impedem resultados potencialmente melhores, mas que podem ser trabalhados com a gestão. Você deve identificar os motivos de insatisfação e perda de clientes, baixa produtividade, entre outros.



Itens a serem analisados

Na equipe

- ✓ Qualidade do atendimento.
- ✓ Rendimento e qualidade do trabalho da equipe.
- ✓ Existência de investimentos em qualificação e atualização do profissional (treinamentos, cursos, orientações).
- ✓ Cumprimento dos prazos de entregas de obrigações e tarefas.

Na empresa

- ✓ Empresa referência em seu nicho na sua região.
- ✓ Localização da sua empresa.
- ✓ Estabilidade financeira da empresa.
- ✓ O controle de prazos e de documentos.
- ✓ Investimentos em tecnologia (sistemas de gestão, automação de processos).
- ✓ Compare os itens analisados com seus concorrentes.

Análise do Ambiente Externo

Oportunidades

Examinar os aspectos do contexto no qual a empresa está inserida e verificar como elas podem potencializar o negócio.

Ameaças

Avaliar os fatores externos do ambiente no qual a empresa está inserida que são capazes de influenciar o desempenho do negócio negativamente.



Itens a serem analisados

- ✓ Complexidade e mudanças da legislação.
- ✓ Novos serviços potenciais que podem ser ofertados.
- ✓ Situação do mercado contábil e financeiro.
- ✓ Identificar influências sociais, culturais e políticas favoráveis e desfavoráveis para o seu negócio.
- ✓ Estudo do mercado, surgimento de novos concorrentes.
- ✓ Surgimento de novas tecnologias que influenciam seu ramo de atuação.

Certamente você já ouviu dizer que é importante “arrumar a casa antes de receber visitas”. No caso da sua empresa contábil a Análise SWOT vai ajudar a ter uma visão ampla e clara das melhorias necessárias para otimizar seus resultados. A partir daí você poderá criar estratégias mais efetivas para a captação de clientes.

Capítulo 2

Como prospectar clientes

05 passos para te aproximar do seu cliente potencial

Hora de buscar novos clientes!

A jornada de captação de novos clientes é longa e precisa de tempo, dedicação e planejamento. Antes de iniciar a prospecção de novos clientes você deve fazer um levantamento da situação da sua empresa contábil e analisar se a estrutura que você possui hoje é capaz de atender com qualidade os clientes que você já tem e se é possível aumentar o número sem que haja prejuízo na qualidade do serviço ofertado. Isso pode ser feito através de uma análise SWOT, como vimos no capítulo anterior.

Já fez o levantamento e sabe que é hora de buscar novos clientes? Ótimo!

Esse é o momento de iniciar a fase de prospecção de novos clientes e para que isso aconteça da melhor maneira, sugerimos os passos para guiar suas ações.

01 Faça um mapa da sua região

Se você não sabe por onde começar a prospecção de novos clientes, o primeiro passo é começar explorando o “quintal de casa”. Faça um mapa das empresas da sua região e analise quantas delas podem ser clientes potenciais da sua empresa contábil.

A partir daí, você terá uma lista para iniciar os primeiros contatos. Agende reuniões, faça visitas, encontre pessoalmente seus clientes potenciais e apresente a sua empresa e o que você pode oferecer de diferencial.

Não esqueça de registrar todos esses contatos realizados, para poder medir e avaliar as estratégias utilizadas posteriormente.

02 Participe de eventos do seu segmento

Uma forma fácil de conhecer pessoas que possam ter interesse na sua empresa contábil é participar de eventos relacionados ao seu setor de atuação. Sejam grandes eventos como congressos ou os de nível local, como reuniões da associação comercial da sua cidade e de sindicato, eventos são ótimas possibilidades de fazer contatos com clientes potenciais.

Participar desses eventos são ótimas possibilidades de reciclar conhecimento, adquirir qualificação, conhecer inovações tecnológicas, novidades do setor e ainda ampliar sua rede de networking.



03 Divulgue sua empresa contábil

Não é nenhuma novidade que no setor contábil há diversas empresas de contabilidade à disposição do seu cliente. Com um mercado cada vez mais competitivo, é essencial que a sua empresa contábil seja lembrada e recomendada pelas pessoas.

Para que isso aconteça, é necessário investir em divulgação. Levante quais são os diferenciais que a sua empresa oferece em relação à concorrência e encontre maneiras de divulgar esses diferenciais evidenciando as suas exclusividades para o seu público de interesse.

Uma estratégia muito atual e relevante na prospecção de novos clientes é a divulgação da sua empresa contábil através do marketing digital. Use as redes sociais para se aproximar dos seus clientes e divulgar os serviços da sua empresa contábil. Outro aspecto importante é ter um site e mantê-lo sempre atualizado, para que seus clientes possam encontrar com facilidade meios de contato com você.



04 acredite no poder da propaganda boca a boca

Valorize os clientes que você já possui e invista no bom relacionamento com eles. A melhor forma de prospecção de novos clientes é ser indicado por quem já conhece e utiliza seus serviços. Crie estratégias para fidelizar seus clientes e assim incentivar indicações, invista no fortalecimento de vínculo através de um atendimento personalizado e de qualidade pois os seus clientes são um ótimo meio de divulgação para clientes potenciais.

05 Crie formas de mensurar resultados

Após realizar as ações para prospecção de novos clientes, você precisa mensurar o resultado dessas ações para avaliar quais foram as estratégias que mais trouxeram resultados e quais são as que precisam ser melhoradas. Elabore um cronograma e faça avaliações periódicas nas atividades da sua empresa contábil para acompanhar os seus resultados.

Capítulo 3

Fidelização de clientes

Como melhorar o atendimento da sua empresa contábil

Personalize seu atendimento!

Diferente do mercado de produtos, onde o cliente pode ver, tocar e experimentar aquilo que irá consumir, o comércio de serviços é desafiador para qualquer empreendedor. O trabalho deve ser focado na credibilidade, já que neste caso o serviço é produzido junto com a sua entrega e não é possível fazer devolução. Por isso na hora de escolher um prestador de serviços, a reputação da empresa é um fator decisivo para o cliente em potencial.

Nesse sentido, a personalização é uma grande oportunidade no mercado de serviços. Observar o cliente e ficar atento ao que é realmente importante para cada perfil faz toda a diferença na hora de atender. Quando você conhece o seu cliente, é possível flexibilizar o atendimento para se adequar o máximo possível às suas necessidades, diminuindo a sensação de insegurança que é inerente ao serviço. Uma vez superada essa barreira, a chance de fidelização é muito maior.

Conhecer o cliente não é tarefa fácil! É fundamental estudar seus comportamentos e particularidades, atender suas necessidades e manter um canal de diálogo sempre aberto. Quando o cliente percebe o atendimento personalizado e sente que não é “apenas mais um” na sua empresa, ficará satisfeito e certamente te indicará para outros clientes potenciais.

Seja mais que um executor de tarefas, seja um consultor!

Ao estabelecer uma relação de confiança com seus clientes, ouvir suas necessidades e fortalecer o relacionamento entre vocês, sua equipe será vista como peça fundamental na estratégia do negócio de seus contratantes.

Assim, mesmo que em algum momento ele precise de algum serviço que sua empresa contábil ainda não ofereça, é bem provável seja feito um contato com você para verificar a possibilidade da sua empresa passar a realizar esse atendimento ao invés de simplesmente trocar de contador. Ou seja, seria possível se preparar para atender essa nova demanda, ou, pelo menos, ter tempo de buscar mais clientes e evitar problemas com o faturamento no caso dele optar por outro escritório contábil.



Invista na gestão do relacionamento com o cliente

Quanto mais próximo e humanizado for o atendimento da sua equipe, melhor será o seu relacionamento com seus clientes. Para crescer, não adianta concentrar as energias na busca de novos clientes. É preciso investir na retenção de quem já está com você, pois principalmente em relação à serviços, as referências tem muito valor.

Chamar os clientes pelo primeiro nome, ser gentil, ou até mesmo um atendimento ligeiramente mais rápido pode representar a satisfação ou não dos seus clientes. Portanto tente fazer com que o atendimento da sua equipe não seja robotizado, mas sim personalizado conforme a necessidade daquele cliente.

A cordialidade, ter uma infraestrutura pronta para atender novas demandas e a segurança das informações trocadas durante o atendimento tem grande impacto na percepção do cliente e vão definir se terão um bom relacionamento com sua empresa ou não.



Qualifique sua equipe

Não adianta ter a melhor infraestrutura, ser o melhor contador da região se a sua equipe não for qualificada. Ao realizar contratações para sua empresa contábil, o gestor do não deve levar em consideração somente os conhecimentos técnicos dos candidatos, mas também suas habilidades de atendimento e compatibilidade com os valores da empresa, ou seja, sua equipe deve estar alinhada com a proposta do seu negócio no mercado.

Além de se atentar às qualificações na hora da contratação, o gestor também deve manter a sua equipe constantemente atualizada sobre as áreas contábil e fiscal, pois há regras e processos que estão sempre em alteração e os colaboradores precisam ter segurança na hora de repassar as informações aos clientes. A qualidade da sua equipe irá refletir diretamente na credibilidade da sua empresa contábil no mercado resultando na fidelização de clientes e até mesmo em possíveis indicações.



Surpreenda seus clientes

Se tem algo que surpreende positivamente em qualquer situação é a proatividade. Como você, enquanto empresa contábil, pode ser proativo com seus clientes? Simples!

A legislação tributária brasileira está em constante mudança, bem como a infraestruturas e condições econômicas dos clientes. Assim é possível identificar dentro dessas mudanças algumas soluções que contribuam com o seu cliente, como redução de custos com antecipação de pagamentos, por exemplo. Quer maneira melhor de trabalhar a fidelização de clientes do que surpreendê-lo oferecendo uma solução para um problema que muitas vezes ele nem sabia que tinha?

Utilize ferramentas de gestão

Parece óbvio, mas com a correria do dia a dia muitas empresas contábeis deixam de prestar atenção na qualidade do serviço que oferecem à seus clientes.

O fluxo de informações é muito alto, então além de uma equipe qualificada, o gestor necessita investir em ferramentas que auxiliem no planejamento e controle de tarefas.

Todo um trabalho de relacionamento com o cliente baseado no bom atendimento pode ser perdido se acontece da empresa perder algum prazo de entrega e gerar multas, ou mesmo prejudicar o seu cliente em uma licitação, por exemplo. A tecnologia veio para ajudar e quem tem a visão de utilizar ferramentas de automação sai na frente no que diz respeito à atendimentos mais rápidos e efetivos e consequentemente na fidelização de clientes.



O processo de fidelização é demorado e precisa ser contínuo. Comece reforçando com seus colaboradores a importância de ouvir o cliente para entender quais serão as particularidades daquele atendimento e qual a melhor abordagem para cada perfil. Com um atendimento personalizado e de qualidade você verá o processo de fidelização de clientes acontecer!

Aproveite as dicas do Sistema Acessórias para dar os primeiros passos na captação de novos clientes.





ACESSÓRIAS

Automação e gestão online de prazos e processos para a sua Empresa Contábil.

Conheça as nossas principais funcionalidades:

- ✓ Automação de entregas
- ✓ Gestão de prazos
- ✓ Planejamento semanal
- ✓ Protocolo digital

Saiba mais: [aceessorias.com](https://www.aceessorias.com)