

# STRATEGII ALE COMPANIILOR PENTRU SATISFACEREA ȘI FIDELIZAREA CLIENȚILOR

Studenți : STĂNESCU Ana-Maria , CHAȘOSCHI Crina Laura  
Facultatea: IMST, Specializarea: Ingineria si Managementul Calității, Anul de studii: III, E-mail:  
[stanescuanamaria22@yahoo.com](mailto:stanescuanamaria22@yahoo.com)

Conducător științific : Prof. Dr. Ing. **Irina SEVERIN**

## 1. Introducere

- **Leadership**

### **Orientarea către client**

Managementul de la cel mai înalt nivel trebuie să demonstreze leadership și angajament în ceea ce privește orientarea către client prin a se asigura că:

- Sunt determinate, înțelese și satisfăcute în mod consecvent cerințele clientului, precum și cerințele legate și reglementate aplicabile
- Sunt determinate și tratate riscurile și oportunitățile care pot influența conformitatea produselor și serviciilor și capacitatea de a crește satisfacția clientului
- Menținerea orientării către creșterea satisfacției clientului

- **Cerințe pentru produse și servicii**

### **Comunicarea cu clientul**

Comunicarea cu clientul trebuie să includă:

- Furnizarea de informații referitoare la produse și servicii
- Tratarea cererilor de ofertă a contractelor sau comenzilor, inclusiv a modificărilor acestora
- Obținerea feedback-ului de la client referitor la produse și servicii, inclusiv reclamațiile clientului
- Tratarea sau controlul proprietății clientului
- Stabilirea cerințelor specifice pentru acțiunile de urgență, atunci când este relevant

### **Analiza cerințelor pentru produse și servicii**

Organizația trebuie să se asigure că are capacitatea de a satisface cerințele pentru produsele și serviciile ce vor fi oferite clienților. Organizația trebuie să organizeze o analiză, înainte de a se angaja să furnizeze produse și servicii către client, analiză care să includă :

- Cerințele specificate de client, inclusiv cele pentru activitățile de livrare și postlivrare
- Cerințele nespecificate de client, dar necesare pentru utilizarea specifică sau intenționată, atunci când este cunoscută
- Cerințele specificate de organizație
- Cerințele legale și reglementate aplicabile produselor și serviciilor
- Cerințele din contract sau comanda care diferă de cele exprimate anterior

- **Evaluarea performanței**

### **Satisfacția clientului**

Organizația trebuie să monitorizeze percepțiile clienților referitoare la măsura în care au fost îndeplinite necesitățile și așteptările lor. Organizația trebuie să determine metodele pentru obținerea, monitorizarea și analizarea acestor informații

Exemple de monitorizare a percepțiilor clientului pot include sondaje în rândul clienților, feedback de la clienți referitor la produsele și serviciile livrate, întâlniri cu clienții, analiza cotei de piață, daune solicitate în perioada de garanție și rapoartele dealerilor.

### **Analiză și evaluare**

Organizația trebuie să analizeze și să evalueze date și informații provenite din monitorizare și măsurare.

- **Îmbunătățire**

Organizația trebuie să determine și să selecteze oportunitățile pentru îmbunătățire și să implementeze orice acțiuni necesare pentru a îndeplini cerințele clientului și pentru a crește satisfacția clientului.

Acestea ar trebui să includă:

- Îmbunătățirea produselor și serviciilor pentru a satisface cerințele precum și pentru a aborda necesități și așteptări viitoare
- Corectarea, prevenirea sau reducerea efectelor nedorite
- Îmbunătățirea performanței și eficacității sistemului de management al calității.

- **Instrumente adecvate**

Pentru punerea în aplicare a strategiilor de fidelizare a clienților, companiile se folosesc de anumite instrumente, cum ar fi: anchete telefonice, chestionare și interviuri.

## **2. Studiu de caz**

Pentru a exemplifica cele prezentate mai sus, am realizat o comparație între două dintre cele mai frecventate fastfood-uri din întreaga lume: McDonald's și KFC.

Unul din cei mai importanți factori în atragerea unui nou client este publicitatea. Din acest punct de vedere, cele două companii dețin câte un site oficial și, totodată, își fac simțită prezența pe site-urile de socializare unde își expun produsele, ofertele și adresele magazinelor. Un alt mod prin care companiile s-au făcut remarcate sunt spoturile publicitare inspirate din viața de zi cu zi, prezente atât la tv, cât și în mediul online.

Stărnirea curiozității este primul pas în atragerea unui nou client. Pasul următor este reprezentat de satisfacerea clientului prin rețete, gust, preț și, nu în ultimul rând, oferte personalizate pe grupurile țintă vizate. Din acest punct de vedere, ambele companii oferă un meniu vast, în care se pot regăsi carne de pui, vită și porc, salate, deserturi, băuturi. De asemenea, sunt comercializate și meniuri special create pentru copii. Un alt lucru prin care companiile își fidelizează clienții sunt ofertele din restaurante. În plus, ambele companii se ocupă și cu livrări la domiciliu și au contracte de parteneriat și cu alte firme de livrări.

În ceea ce privește meniul propriu-zis, acesta diferă de la o regiune la alta, oferta fiind adaptată geografic. Drept exemplu, spre deosebire de România, meniul din China se bazează pe orez, în timp ce cel italian se bazează pe salate.

O altă strategie de marketing, utilizată de această dată doar de cei de la McDonald's, este aplicația pentru telefon unde clientul primește tot felul de oferte și bonusuri pe care le poate folosi în restaurante. De asemenea, cei de la McDonald's dispun de spații de joacă pentru copii, organizează zile de naștere și numele restaurantului este întotdeauna asociat cu mascota Ronald McDonald, pentru ca micul client să aibă parte de o experiență completă și sa-și dorească să revină.

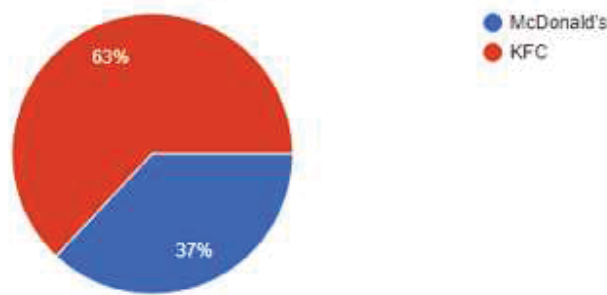
De asemenea, unele restaurante McDonald's dispun de automate pentru comandă, care ușurează preluarea comenzilor și scurtează timpul de așteptare al comenzii.

În cele ce urmează, vă vom prezenta părerile celor trei părți interesate (clienți, angajați și cei care nu consumă aceste produse) rezultate în urma unor chestionare.

### Clienți:

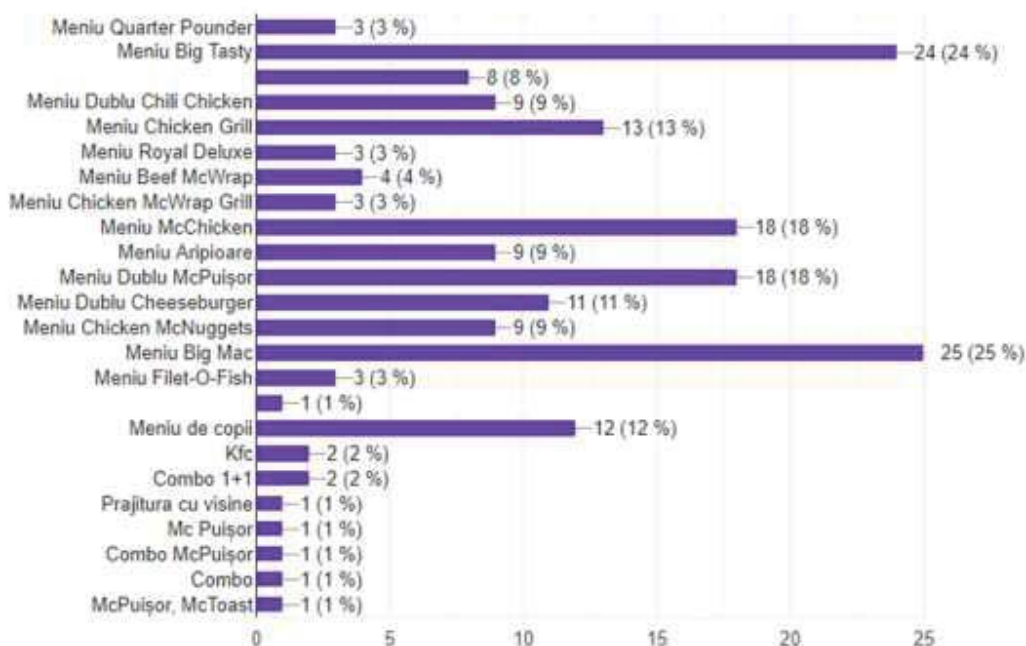
#### Care din următoarele mărci de tip fast-food preferați?

100 de răspunsuri



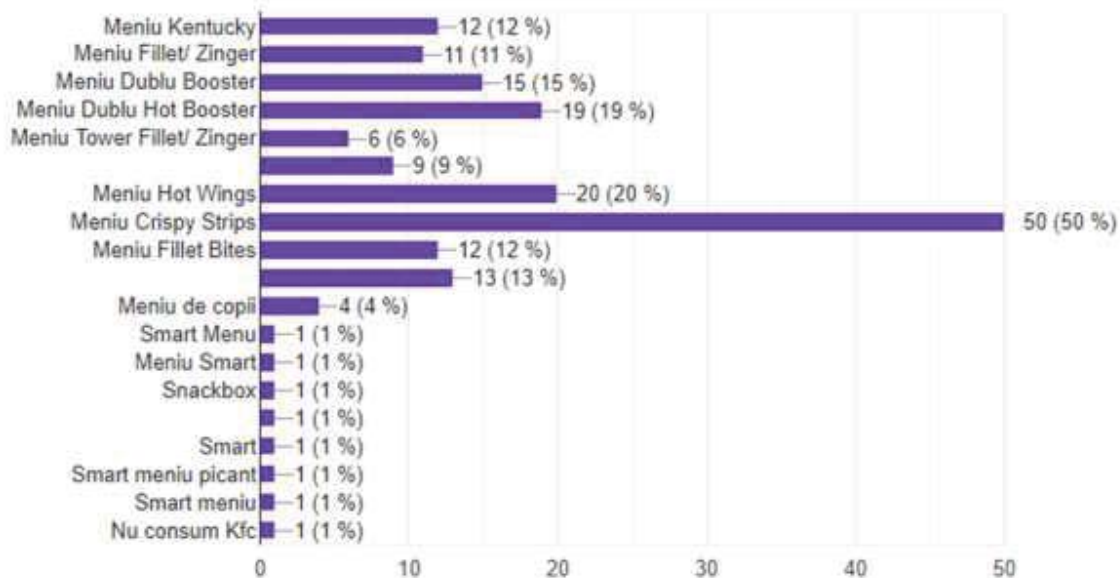
#### Ce produse de tip fast-food cu marca preferată consumați cel mai des? (Meniuri McDonald's) (mai multe răspunsuri posibile)

100 de răspunsuri



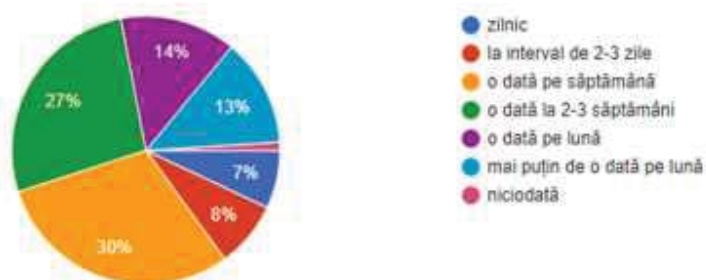
## Ce produse de tip fast-food cu marca preferată consumați cel mai des? (Meniuri KFC) (mai multe răspunsuri posibile)

100 de răspunsuri



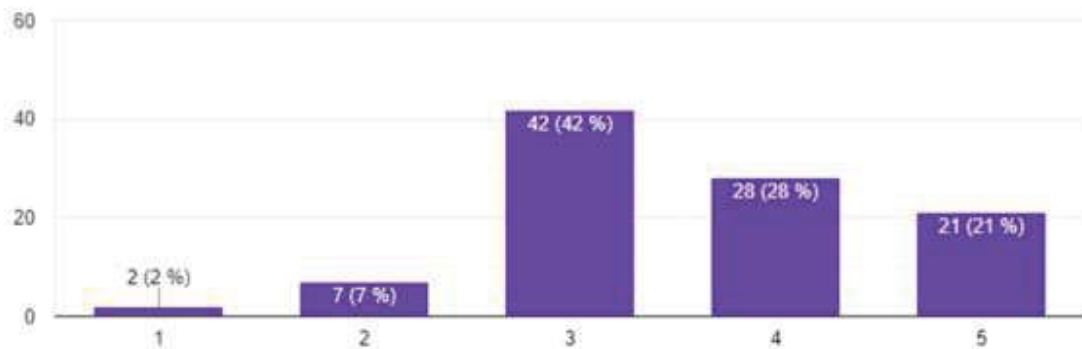
Cât de des consumați produse fast-food? În funcție de răspunsul dumneavoastră la prima întrebare, vă rugăm să continuați completarea chestionarului prin a răspunde mai departe ținând cont de marca preferată aleasă.

100 de răspunsuri



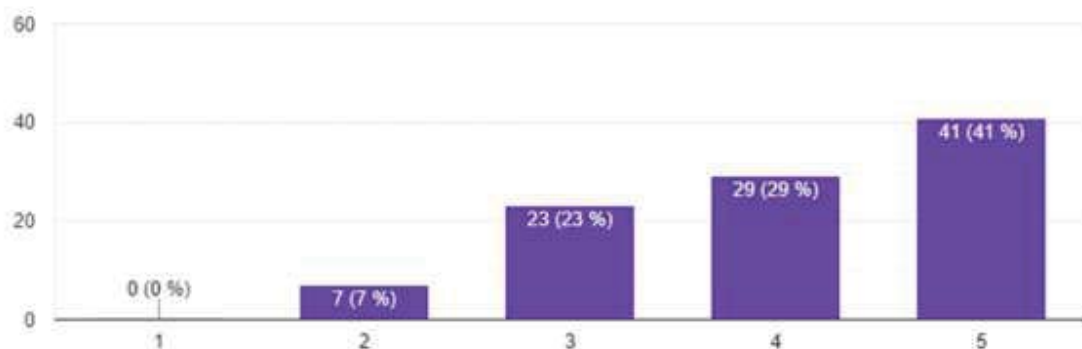
În opinia dumneavoastră, între promovarea mărcii alese și cea ce dorește compania să vă prezinte, există:

100 de răspunsuri



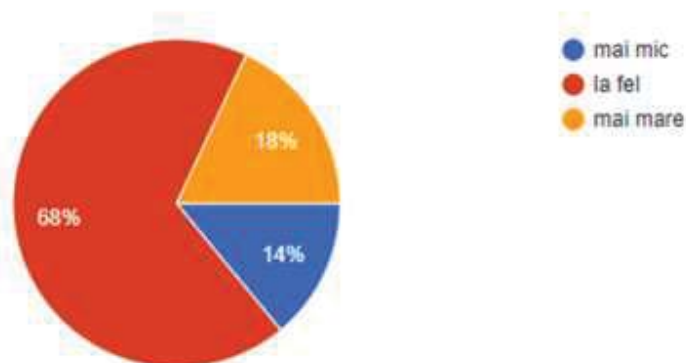
Marca aleasă de dumneavoastră are cele mai bune produse de tip fast-food:

100 de răspunsuri



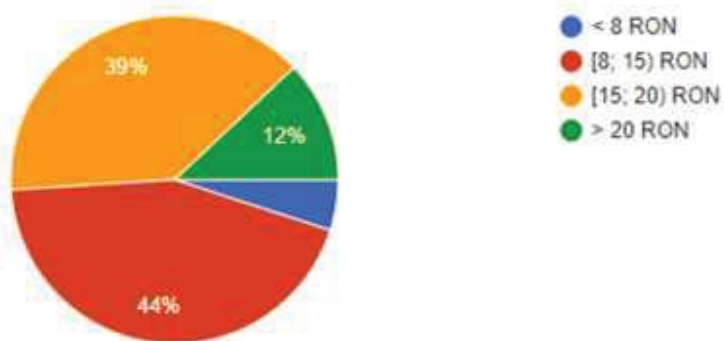
Cum vi se pare prețul actual al produselor mărcii agreate față de produsele concurente?

100 de răspunsuri



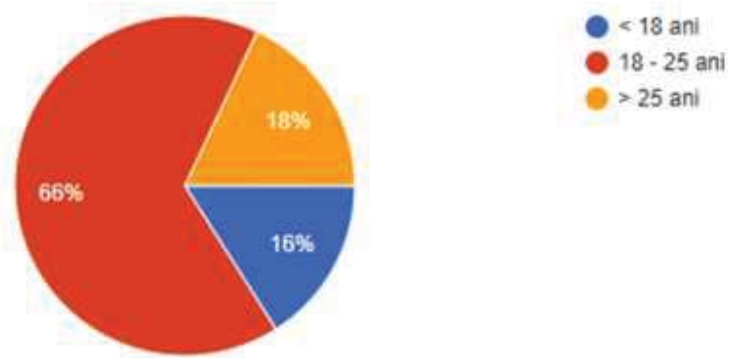
Care este prețul pe care sunteți dispus să-i cheltuiți pentru achiziționarea unui meniu?

100 de răspunsuri



Vârsta dumneavoastră în ani împliniți este:

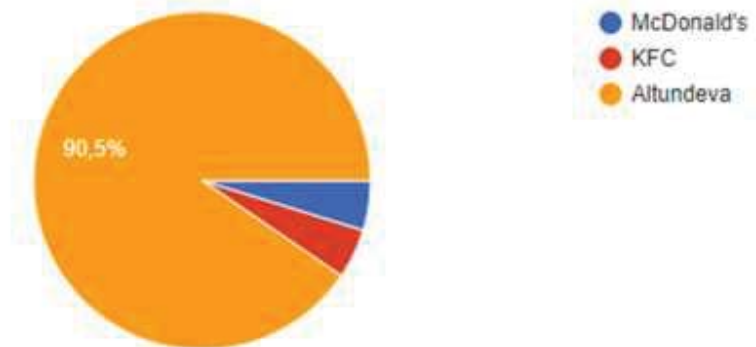
100 de răspunsuri



**Neconsumatori:**

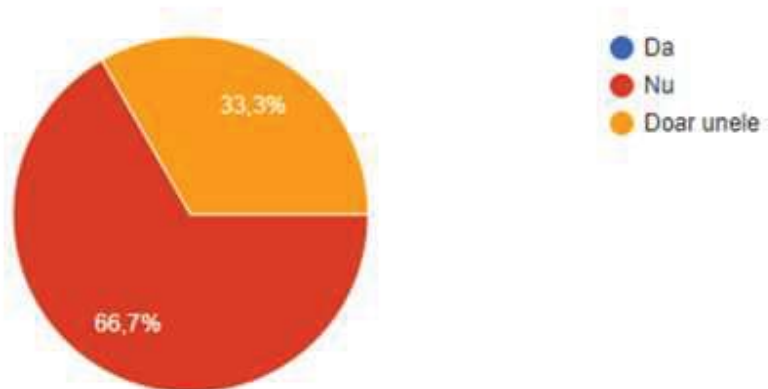
**Unde obișnuiți să luați masa?**

21 de răspunsuri



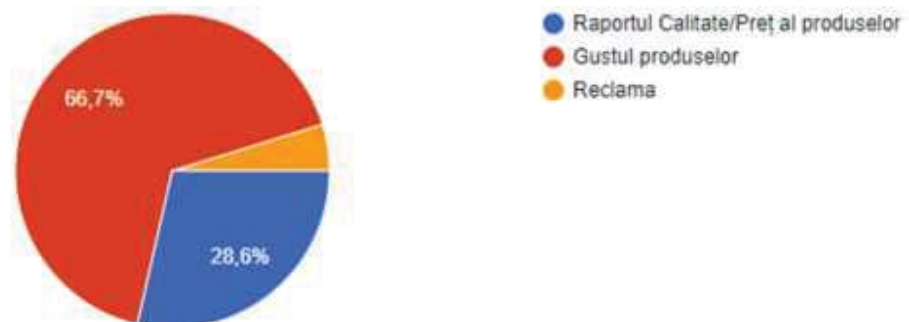
**Considerați produsele Mc/KFC sănătoase?**

21 de răspunsuri



**Ce credeți că îi atrag pe consumatorii de Mc/KFC?**

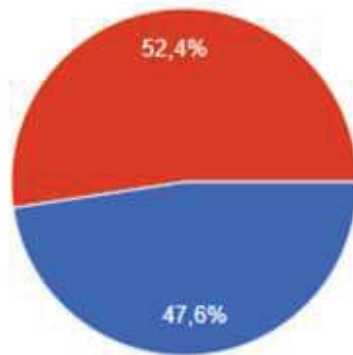
21 de răspunsuri





## Din ce motive nu consumați produse Mc/KFC?

21 de răspunsuri



- Calitate insuficientă
- Rețete/Gust nesatisfăcător
- Reclamă insuficientă

## Considerați reclama un factor important?

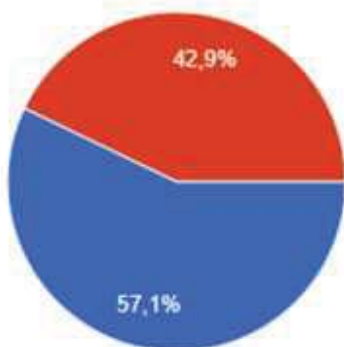
21 de răspunsuri



- Da
- Nu

## Ați consumat în trecut produse Mc/KFC?

21 de răspunsuri



- Da
- Nu
- Nu îmi amintesc



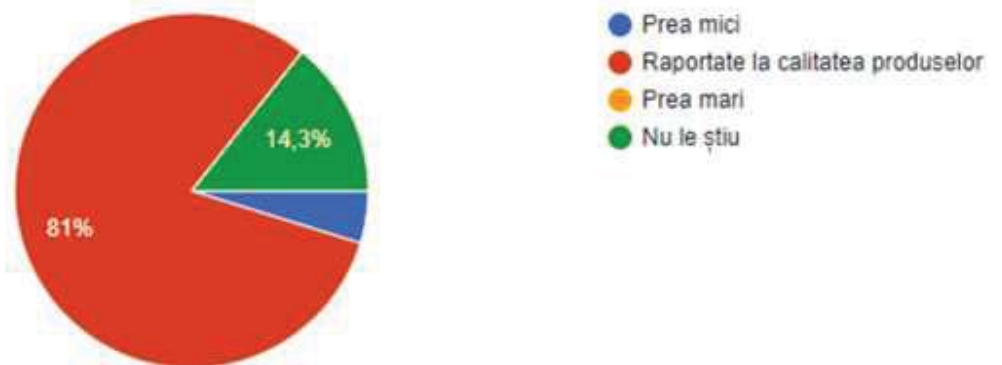
### Sunteți de acord cu produsele Mc/KFC destinate copiilor?

21 de răspunsuri



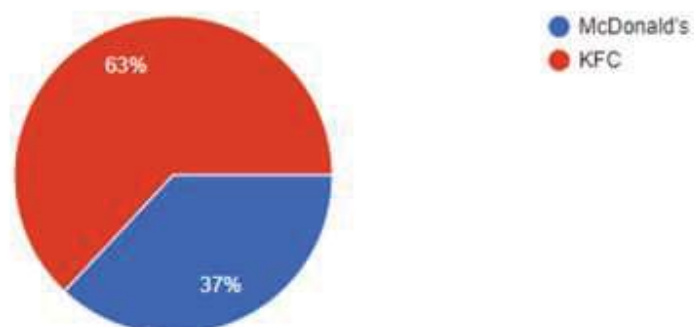
### Cum vi se par prețurile produselor Mc/KFC?

21 de răspunsuri



### Care din următoarele mărci de tip fast-food preferați?

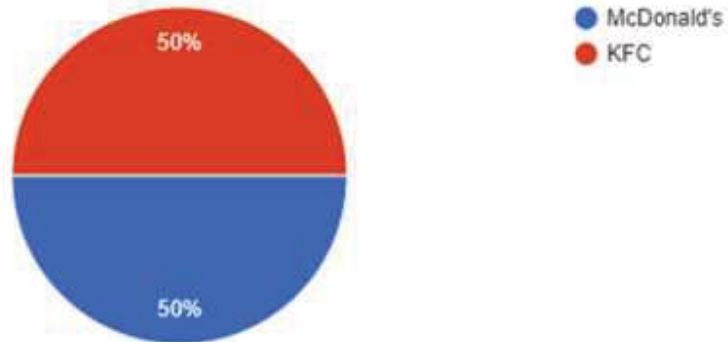
100 de răspunsuri



**Angajați:**

În cadrul cărei companii lucrați?

30 de răspunsuri



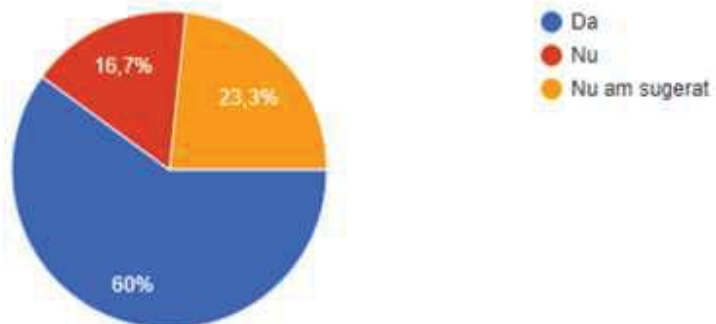
Consumați produsele pe care le comercializați?

30 de răspunsuri



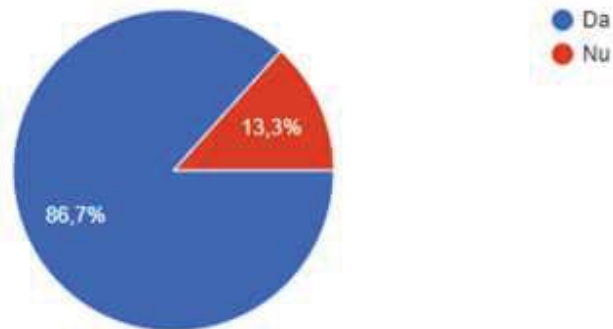
Dacă sugerați o îmbunătățire a produselor/serviciilor, vă este luată în considerare?

30 de răspunsuri



## Ați avut neînțelegeri cu clienții?

30 de răspunsuri



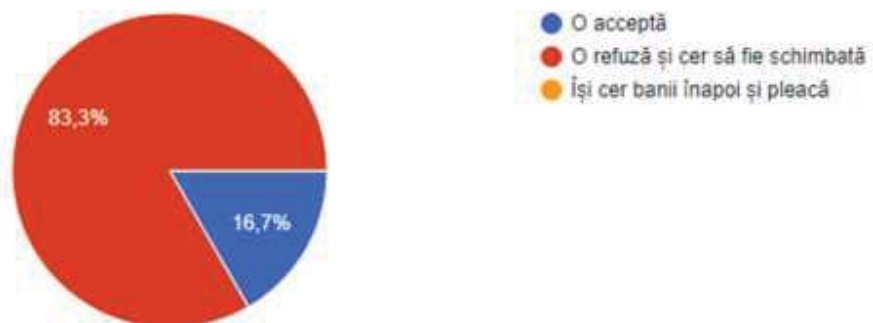
## Obișnuiți să le recomandați clienților produse noi?

30 de răspunsuri



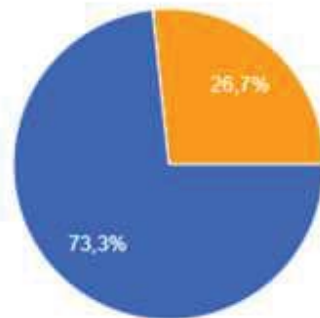
## Cum reacționează clienții dacă primesc o comandă greșită?

30 de răspunsuri



## Sunteți mulțumit de salariul pe care îl aveți?

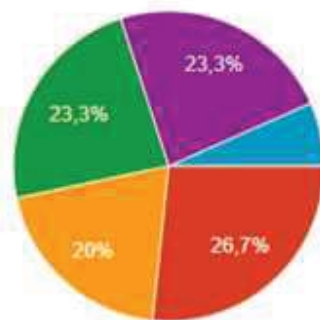
30 de răspunsuri



- Da
- Nu
- Da, dar se poate și mai bine

## Primiți bonusuri la locul de muncă? Dacă da, pe ce criterii sunt bazate?

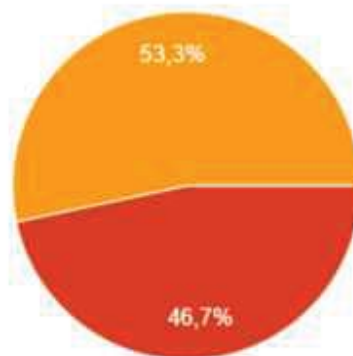
30 de răspunsuri



- Da, în funcție de numărul comenzilor preluate
- Da, în funcție de feedback-ul clienților
- Da, în funcție de timpul de preluare - livrare comenzi
- Da, în funcție de orele suplimentare
- Da, alte criterii
- Nu

## Ce relație aveți cu managerul?

30 de răspunsuri



- Slabă
- Bună
- Foarte bună

## Le-ați recomanda altor persoane să se alăture echipei? De ce?

30 de răspunsuri

Depinde de persoană. Volumul de muncă este destul de mare.

Nu

Da

Da, program flexibil și salariu atractiv

Da.

Da. Pentru ca este un loc placut

Da, deoarece acest loc de munca iti ofera oportunitatea de a avansa.

Nu, deoarece volumul de munca este foarte mare, meritele nu îți sunt recunoscute, nefiind apreciat la adevarata ta valoare.

Nu am recomandat.

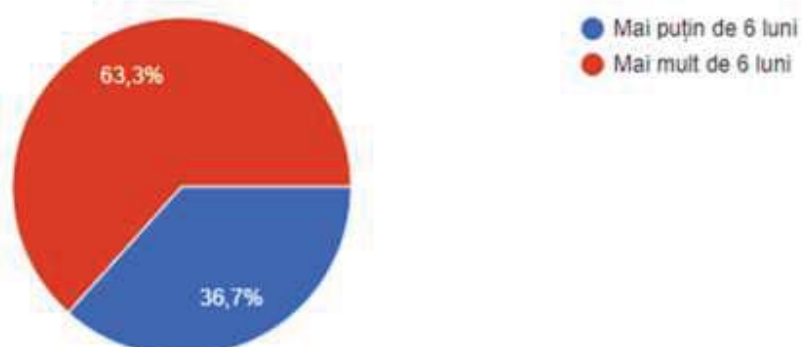
Este un loc in care poti castiga rapid un venit .

Pentru ca e un job flexibil

Da, posibilitate rapidă de avansare

## De când sunteți angajat în cadrul companiei?

30 de răspunsuri



Una dintre posibilele cauze ale numărului mai scăzut de clienți McDonald's ar putea fi reclama negativă adusă de renumitul bucătar Jamie Oliver, care a câștigat procesul împotriva lanțului de restaurante de tip fast-food McDonald's, demonstrând în cadrul unor emisiuni televizate și documentare felul nesănătos în care sunt gătite produsele. Procesul nu a fost unul de tip juridic, ci moral, bucătarul reușind să creeze presiunea socială de care era nevoie pentru ca McDonald's să elimine o substanță nocivă organismului uman din procesul de preparare a hamburgerilor.

Această întâmplare întărește tot mai mult fraza care afirmă că:

*“Un client mulțumit îți aduce 2 clienți, pe când un client nemulțumit îți alungă 10 potențiali clienți”.*

### 3. Concluzii

Strategiile pentru satisfacerea și fidelizarea clienților identificate în urma studiului de caz efectuat sunt:

- publicitate inspirată din rutina zilnică
- oferte personalizate pe grupuri țintă vizate
- meniu diversificat și promoții
- adaptarea geografică a ofertei
- asociere de mascot
- livrări la domiciliu
- aplicații online
- site-ul oficial
- apariția pe site-uri de socializare
- acte de caritate

### 4. Bibliografie

1. SR EN ISO 9001:2015
2. [www.kfc.ro](http://www.kfc.ro) consultat la data de 10.10.2018
3. [www.mcdonalds.ro](http://www.mcdonalds.ro) consultat la data de 10.10.2018
4. [www.buzzmanagement.wordpress.com](http://www.buzzmanagement.wordpress.com) consultat la data de 10.10.2018
5. [www.isondaje.ro](http://www.isondaje.ro) consultat la data de 10.10.2018