

Período de fidelização não faz consumidores leais

O período de fidelização imposto pelas empresas não atrai consumidores leais e as melhores empresas vão apostar na liberdade contratual e numa relação de transparência e honestidade, defendeu hoje Philp Lewis da consultora nórdica de energia VaasaETT. País



Lusa

13:02 - 31 de Outubro de 2014 | Por Lusa

"As companhias que dizem aos clientes que estes as podem deixar a qualquer momento, e não os prendem, são as que têm clientes mais leais", afirmou o consultor, num encontro em Lisboa sobre "O Novo Modelo do Mercado Eléctrico retalhista", promovido pela Associação das eléctricas Elecpor.

À margem do encontro, Philp Lewis explicou que actualmente em todo o mundo a maioria das empresas ainda fideliza os clientes com contratos de dois ou três anos, oferecendo um preço fixo que agrada ao cliente, mas ressaltou que os estudos de mercado indicam serem a liberdade e confiança os maiores responsáveis pela fidelização de clientes.

"Os contratos de longo termo não mantêm o cliente final", defendeu, acrescentando que "hoje está provado que quem está fechado quer sempre sair" e que "as melhores companhias não vão mais prender clientes".

O consultor disse ainda que num futuro próximo vai ser o consumidor o centro de decisão das empresas, e não vão mais ser as prestadoras do serviço a impor ao consumidor as condições e o preço do serviço.

"Os clientes são muito mais leais quando estão satisfeitos", salientou, defendendo ainda que a honestidade e a transparência são hoje a chave para fidelizar clientes.