

Instituto Universitário da Maia
Departamento de Ciências Empresariais

***O Impacto do Cross-Selling na
Satisfação dos Clientes de Farmácia
Comunitária***

Telma Cristina Félix Ferreira

Dissertação de Mestrado em Gestão de Empresas

Orientador:

Prof. Doutor João M.S. Carvalho

Junho de 2017

O Impacto do Cross-Selling na satisfação dos clientes de Farmácia Comunitária

RESUMO

O *cross-selling* de medicamentos *over-the-counter* (OTC's) é uma estratégia de Marketing Relacional (MR) recorrente nas farmácias comunitárias, que contribui para o aumento do volume de vendas, melhora a satisfação dos clientes, fortalecendo e preservando as relações entre ambos. A capacidade de fidelizar clientes é muito importante para uma farmácia, principalmente neste mercado em que a oferta de serviços/produtos é muito semelhante nos diferentes locais de venda. Assim, recorrendo ao *Customer Relationship Management* (CRM) - ferramenta de MR - no dia-a-dia aquando das vendas na farmácia, poder-se-ia melhorar a gestão estratégica destas.

Esta dissertação tem o objetivo de verificar o impacto do *cross-selling* na satisfação dos clientes de farmácia comunitária. Para isso, analisaram-se os dados provenientes de 35 inquéritos realizados a profissionais de farmácia. Concluiu-se assim que, segundo a perceção dos profissionais, o estabelecimento da relação com o utente e a confiança no serviço / atendimento / profissional são as técnicas de abordagem ao *cross-selling* mais utilizadas, sendo a complementaridade entre os produtos a técnica mais bem-sucedida e por fim, que a aplicação de *cross-selling* proporciona qualidade ao serviço, promovendo vantagem competitiva à farmácia, satisfação e maior probabilidade de fidelização aos clientes.

Palavras-chave: Farmácia Comunitária; OTC's; Marketing Relacional; *Cross-selling*; CRM; Satisfação dos clientes