

As 5 principais maneiras pelas quais a qualidade influencia na confiança de uma marca

As empresas que oferecem qualidade alta e consistente do produto conquistam a confiança e a fidelidade do cliente a longo prazo. Aqui estão cinco razões importantes para se concentrar na gestão da qualidade em todas as etapas da cadeia de suprimentos.



1 Conquiste a confiança do cliente

Em uma época em que 42% dos consumidores norte-americanos não sabem em quais marcas confiar, entregar um produto de qualidade é a melhor maneira de conquistar sua confiança.¹

Fabricantes e varejistas concordam:



65%

acreditam que a qualidade consistente de produtos é um fator importantíssimo para conquistar a confiança do cliente.²



2 Fomente avaliações e comentários positivos nas redes sociais

Os compradores querem conhecer as experiências de outras pessoas com um produto antes de abrir a carteira.



92%

dos clientes leem opiniões on-line regularmente.³

Produtos de maior qualidade rendem avaliações positivas e recomendações on-line, que, por sua vez, influenciam o comportamento de compra. Contudo, a pesquisa mostrou que pode levar de 10 a 12 avaliações positivas para compensar uma única avaliação ruim.

3 Tenha menos reclamações e devoluções de clientes

Investir na garantia da qualidade antecipadamente pode valer a pena, minimizando as reclamações e retornos dos clientes.

Por exemplo: as empresas com treinamento obrigatório de garantia de qualidade têm 16% menos ações legais e uma taxa 13% menor de perda de receita e unidade.⁴



4 Ganhe uma vantagem sobre a concorrência

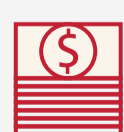
A administração eficaz da qualidade garante que os produtos sejam confiáveis, para que os clientes saibam o que esperar de cada compra e permaneçam fiéis à sua marca.

Também ajuda a criar resultados de qualidade, permitindo que as empresas identifiquem e eliminem inconsistências e se concentrem na melhoria contínua do produto.

5 Gere um ROI claro

Pesquisas apontaram que cada dólar investido em um programa de gestão de qualidade pode gerar US\$ 6 em receita, US\$ 16 em redução de custos e US\$ 3 em lucros.⁵

Produtos de baixa qualidade, por sua vez, podem fazer com que as marcas percam clientes e receita.



US\$ 12 MILHÕES

custo médio de um recall de produto⁶



**Descubra mais recursos e ideias para ajudar
você a fortalecer e crescer sua marca em
UL.com/insights.**