

PESQUISA DE SATISFAÇÃO DOS CLIENTES DA EMPRESA JUNCKES DISTRIBUIDORA

Sabrina dos Santos Junckes ¹
Josiane da Luz ²

RESUMO

O cenário do mercado atual demonstra que a concorrência está cada vez mais acirrada e cabe às empresas buscarem alternativas e ferramentas para se diferenciarem das demais, e assim manter e conquistar mais clientes. Neste contexto o marketing assume um papel relevante para se obter diferenciação e para conseguir atender as expectativas dos clientes do mercado no qual está inserido. Partindo desse pressuposto o objetivo deste trabalho foi fazer uma pesquisa de satisfação com os clientes da empresa Junckes Distribuidora EPP. Inserida no mercado atacadista de produtos do gênero hortifrutigranjeiros que possui mais de 30 anos no mercado e que atende clientes pessoas jurídicas da Grande Florianópolis. Para a construção deste projeto foi essencial elaborar os seguintes itens de fundamentação teórica: marketing, composto mercadológico, marketing de serviços, marketing de relacionamento, comportamento do consumidor, pesquisa de marketing, satisfação do cliente e plano de ação. Para o alcance do objetivo proposto foi utilizada pesquisa de abordagem quantitativa se caracterizando como descritiva e exploratória, buscando por meio das quantificações e análises dos dados coletados avaliar a satisfação dos clientes da empresa Junckes. A pesquisa foi realizada por um questionário aplicado com uma amostra de 98 clientes da empresa, além de ser feita uma entrevista com o gestor da mesma. No questionário foram utilizados critérios para a avaliação de qualidade dos serviços como: acesso, custo, tangíveis, velocidade de atendimento, flexibilidade, segurança, consistência, atendimento e competência. Com os resultados da pesquisa foi possível identificar o perfil, os fatores favoráveis e desfavoráveis da empresa, e opiniões dos clientes. A apresentação dos resultados demonstra que a empresa possui mais fatores favoráveis do que desfavoráveis, entre os fatores favoráveis estão a quantidade de entregas, os meios de comunicação para tiragem de pedidos, e o atendimento dos vendedores e entre seus fatores desfavoráveis se encontram o número de visitas aos estabelecimentos pelos vendedores, a facilidade de negociação e os preços. Com os resultados foi possível desenvolver um plano de ação para propor melhorias necessárias para os itens que se demonstraram mais insatisfatórios para os clientes. Entre as melhorias sugeridas destacam-se o aumento de visitas dos vendedores, realização de promoções e caderno de ofertas semanal, treinamento de funcionários, análise de viabilidade para higienização de caixas e para fazer expositores e embalagens padrão Junckes. A partir do presente estudo conclui-se que a pesquisa de satisfação foi de grande relevância para a empresa, pois foi identificado a satisfação dos clientes que não era conhecido pela empresa, e a partir disto se desenvolveu ações para manter e melhorar alguns quesitos de qualidade.

¹ Acadêmico (a) do Curso de Administração, UNIVALI – Campus Biguaçu/SC
sabrinasantos.univali@gmail.com

² Professor (a) do Curso de Administração, UNIVALI – Campus Biguaçu/SC. josiluz@univali.br