

NÍVEL DE SERVIÇO: identificação dos fatores que geram satisfação dos clientes da Empresa Virtual Distribuidora e Logística Ltda

Matheus de Melo Linhares¹

Caio César Ferrari Santângelo²

RESUMO

Este trabalho teve por objetivo geral identificar os fatores que geram satisfação dos clientes da empresa Virtual Distribuidora e Logística Ltda. Na introdução foram abordados assuntos pertinentes a situação econômica do nosso país, bem como a competição no mercado global. Na fundamentação teórica foram abordados conceitos pertinentes a origem, eras e conceitos de marketing, bem como o marketing de relacionamento, serviços e principalmente a satisfação dos clientes. A pesquisa foi classificada como pesquisa exploratória. Conseqüentemente foi definido a abordagem utilizada no estudo a qual caracterizou-se como abordagem predominantemente quali-quantitativa. Como instrumento de pesquisa para coleta de dados adotou-se questionário de perguntas fechadas. Os questionários foram aplicados a 198 clientes ativos conforme dados cadastrados no sistema da empresa. A consolidação dos dados foi embasada nas informações obtidas por meio dos questionários, sendo representada por gráficos e tabelas, cada uma com seus comentários, os quais possibilitaram o conhecimento da percepção dos clientes por região em relação aos serviços prestados pela empresa. Mediante a análise dos dados, verificou-se que a empresa possui pontos fortes e fracos. Após serem identificados os pontos fracos foram feitas sugestões que poderão ser convertidas em melhorias para satisfação dos clientes.

Palavras-chaves: Marketing de serviços. Satisfação de clientes. Qualidade de serviços.

1 Graduando no Curso de Administração da Universidade do Vale do Itajaí – Campus Balneário Camboriú.

2 Professor Mestre do Curso de Administração da Universidade do Vale do Itajaí – Campus Balneário Camboriú.