

QUALIDADE NO ATENDIMENTO E SATISFAÇÃO DOS CLIENTES: O CASO DE UMA EMPRESA NO SEGMENTO DE CERÂMICA

Aline Schmitt¹

Simone Regina Dias²

RESUMO

Em um mercado de trabalho altamente competitivo, uma das necessidades para se manter em destaque é estar em sintonia com os clientes que a empresa atende. A satisfação dos clientes é uma forma de as empresas se manterem no mercado a partir da conquista e fidelização de seus parceiros comerciais. Cada vez mais, os produtos e serviços oferecidos por empresas concorrentes se tornam similares, oferecendo benefícios equivalentes. Então, satisfazer o cliente, proporcionando-lhe um atendimento que iguale ou supere suas expectativas, tem se tornado um diferencial competitivo importante. Nessa abordagem, o presente trabalho se propôs a elaborar uma pesquisa de satisfação com os clientes da Mano Telhas e Tijolos. A empresa em estudo está localizada na cidade de Antônio Carlos, atuando no ramo de materiais de construção. Neste estudo, foi realizada uma pesquisa predominantemente quantitativa, de caráter descritivo. Como instrumento de coleta de dados, utilizou-se de entrevista com o proprietário e questionário aplicado em uma população-alvo de 100 clientes. Após essa etapa, utilizou-se o software Excel para a tabulação dos dados e construção dos gráficos apresentados no trabalho. Como resultados, destaca-se que foram considerados como pontos de destaque, com melhores médias, os seguintes fatores: o atendimento, a pontualidade das entregas, a cordialidade e paciência dos entregadores e o conhecimento dos produtos por parte dos funcionários. Sobre os fatores que merecem atenção, com médias mais baixas na percepção dos atuais clientes, destacam-se os preços praticados e a localização da loja. Partindo das informações obtidas na coleta e análise dos dados, concluiu-se que, mesmo com alguns pontos a serem melhorados, a Mano Telhas e Tijolos possui um alto grau de satisfação na percepção de seus clientes. Alguns pontos podem ser melhorados, conforme sugestões e propostas expostas com a elaboração do plano de ação 5W2H.

Palavras-chave: Marketing; Cliente; Satisfação do cliente.

1 Graduanda no Curso de Administração da Universidade do Vale do Itajaí – Campus Biguaçu.

2 Professora Doutora do Curso de Administração da Universidade do Vale do Itajaí – Campus Biguaçu.