

## ANÁLISE DA PERCEPÇÃO E SATISFAÇÃO DOS CLIENTES: ESTUDO DE CASO EM UMA LOJA DO RAMO DE CONFECÇÕES

Jerry José Müller<sup>1</sup>

Simone Regina Dias<sup>2</sup>

### RESUMO

A satisfação é um dos principais elementos capazes de fidelizar um cliente. Dessa forma, as empresas devem buscar a satisfação como forma de estreitar esta relação, tornando os clientes parceiros comerciais. Os clientes alcançam vários níveis de satisfação ou descontentamento após cada experiência de serviço, conforme a medida na qual suas expectativas são atendidas ou ultrapassadas. Considerando-se essa premissa, o presente estudo se propôs elaborar uma pesquisa de satisfação a fim de verificar a percepção dos atuais clientes da loja Blue Cat's. A loja em estudo está localizada na cidade de Antônio Carlos, atuando no ramo de confecções voltadas ao público feminino. Neste estudo, foi realizada uma pesquisa diagnóstica, 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 84 clientes. Primeiramente, foi realizada uma revisão bibliográfica sobre os temas pertinentes ao estudo. A seguir, os dados primários foram coletados por meio de um questionário estruturado, onde foram avaliados o perfil dos clientes e sua satisfação em relação a diversos fatores. Como resultados, destaca-se que foram considerados como fatores de destaque, com melhores índices no nível de satisfação: o *layout* da loja e a garantia dos produtos e serviços oferecidos. Sobre os fatores que merecem atenção, destacam-se o horário de atendimento, formas de comunicação com os clientes e o tempo de espera para ser atendido. No plano de ação elaborado a partir dos resultados, destaca-se a necessidade de se criar estratégias para redução no tempo de espera para ser atendido, aumentar o mix de produtos oferecidos, implementar um meio de se comunicar com os clientes mais eficiente, através das mídias sociais, criar e implementar melhorias no atendimento, verificar o que pode ser melhorado nas condições de pagamento oferecidas pela loja de forma que sejam mais atrativas e, por fim, implementar o monitoramento das percepções dos clientes através de pesquisas anuais. Conforme as informações obtidas na coleta e análise dos dados, concluiu-se que estes pontos podem ser melhorados conforme sugestões e propostas expostas de forma mais detalhada no plano de ação.

Palavras-chave: Marketing. Serviços. Satisfação do cliente.

1 Graduando 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.