

PESQUISA DE SATISFAÇÃO DOS CLIENTES DO RESTAURANTE SABOR DA COMIDA

Elizete Valmira da Silva Flores¹

Josiane da Luz²

RESUMO

Este estudo foi realizado na área de marketing, tendo como principal objetivo a realização de uma pesquisa de satisfação com os clientes do Restaurante Sabor da comida, os objetivos específicos foram: verificar o perfil dos clientes, analisar o nível de satisfação dos clientes em relação aos serviços prestados, apontar pontos fortes e fracos em relação a satisfação dos clientes e elaborar um plano de ação de acordo com os aspectos apresentados. A organização está localizada na Rua Profª Regina M. S. W. Ramos, nº 05, na Cidade de São José, no Bairro Areias, atuando no setor alimentício à 15 (quinze) anos. O presente estudo possui uma abordagem quantitativa e tem por caracterização ser uma pesquisa descritiva e exploratória. Os dados foram coletados através de questionários, respondidos por 100 (cem), consumidores da organização, após o fim desta etapa foi utilizado o *Software Excel* para a tabulação e construção dos gráficos. Por meio dos resultados obtidos, foram analisados e disponibilizados os aspectos positivos da organização como estrutura física, a disposição e organização dos alimentos no buffet, aparência dos funcionários, preço praticado pelo restaurante, resolução de problemas, forma de pagamento oferecida, localização, qualidade das refeições, sabor/tempero da comida, cordialidade dos funcionários, temperatura da comida no buffet, agilidade dos funcionários no atendimento, disposição dos funcionários em ajudar, agilidade da reposição da comida e utensílios (pratos, utensílios, etc) no buffet, horário de atendimento, gentileza dos funcionários, esforço dos funcionários para corrigir erros, atenção individual dispensada ao cliente, já os aspectos negativos foram atendimento dos funcionários, variedade do cardápio, diversidade da bebida e tempo de espera na fila do buffet. Ao término deste estudo a acadêmica fez sugestões de melhorias como: realização de cursos de treinamento para os funcionários direcionado ao atendimento dos clientes, fazer reuniões semanais com toda equipe para *feedbacks*, esclarecimentos e ajuste de problemas, fazer alterações no cardápio com mais frequência, disponibilizar uma caixa de sugestões para os clientes, divulgar a organização nas redes sociais, fazer um *instagram*, *facebook* e um site onde poderá divulgar seu cardápio semanal, reestruturação do *layout* e fidelização dos clientes, com essas sugestões espera-se que a organização possa manter um vínculo satisfatório com os consumidores.

¹ Acadêmico (a) do Curso de Administração, UNIVALI – Campus Biguaçu/SC. zete.lili@hotmail.com

² Prof. MSc. Orientadora, UNIVALI – Campus Biguaçu/SC. josiluz@univali.br