

UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE - UNESC

CURSO DE SECRETARIADO EXECUTIVO.

PATRÍCIA SILVANA NUNES

**O ESTUDO DA QUALIDADE DO ATENDIMENTO QUE A EMPRESA WB
COMÉRCIO E REPRESENTAÇÕES LTDA PASSA AOS SEUS CLIENTES.**

CRICIÚMA

2013

PATRÍCIA SILVANA NUNES

**O ESTUDO DA QUALIDADE DO ATENDIMENTO QUE A EMPRESA WB
COMÉRCIO E REPRESENTAÇÕES LTDA PASSA AOS SEUS CLIENTES.**

Relatório de Estágio, apresentado para
obtenção do grau de Bacharel no curso de
Secretariado Executivo da Universidade do
Extremo Sul Catarinense, UNESC.

Orientadora: Prof.^a Ma. Jucélia da Silva Abel

CRICIÚMA

2013

PATRÍCIA SILVANA NUNES

**O ESTUDO DA QUALIDADE DO ATENDIMENTO QUE A EMPRESA WB
COMÉRCIO E REPRESENTAÇÕES LTDA PASSA AOS SEUS CLIENTES.**

Relatório de Estágio, apresentado para
obtenção do grau de Bacharel no curso de
Secretariado Executivo da Universidade do
Extremo Sul Catarinense, UNESC.

Criciúma, 5 de Dezembro de 2013.

BANCA EXAMINADORA

Prof^a. Jucélia da Silva Abel - Mestre - (Unesc) - Orientadora

Prof^a. Suzana Machado Simon - Mestre - (Unesc)

Prof^a. Laila Abel Milanez - (Unesc)

**Aos meus professores que estiveram
durante este tempo comigo.**

AGRADECIMENTOS

A Deus por ter me dado coragem e força para seguir em frente;

Aos meus pais pelo apoio em minhas decisões tomadas;

Aos meus amigos pelo companheirismo;

À minha professora Jucélia Abel, pela orientação desde o início do trabalho;

Aos professores do curso que me passaram todo o conhecimento durante a vida acadêmica.

“A qualidade é a nossa melhor garantia da fidelidade do cliente, a nossa mais forte defesa contra a competição estrangeira e o único caminho para o crescimento e para os lucros.”

Jack Welch

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo analisar a qualidade do atendimento prestado ao cliente na empresa WB Comércio e Representações Ltda, localizada em Criciúma - SC. Neste projeto, foi analisado o grau de satisfação que a empresa passa ao cliente. Com base nos estudos teóricos dos autores, foi possível a realização deste projeto, considerando, a satisfação do cliente muito importante, para a empresa atingir seus objetivos. Pois, a satisfação do cliente hoje não é mais uma opção, é uma obrigação que as empresas têm que ter com seus clientes, é uma questão de sobrevivência para as empresas, pois se as empresas não tiverem um atendimento de qualidade, ele não adquire clientes, e as organizações não sobrevivem às concorrências no mundo atual. O projeto inicia com uma fundamentação teórica sobre o atendimento, destacando alguns fatores para um bom atendimento e algumas dicas. Em seguida é feita um estudo mais detalhado sobre atendimento, componentes do atendimento, atendimento ideal, perfil dos clientes, necessidades dos clientes, e entre outros fatores que envolvem o cliente com a empresa. Diante do estudo analisado, pôde-se observar que o cliente procura um atendimento satisfatório e de qualidade em variadas empresas do mercado, o que na prática é o inverso, pois, com a correria do dia a dia das empresas, o atendimento de qualidade que os clientes esperam, foi deixado de lado. Baseado nos estudos foi sugerido à empresa, à realização de um questionário, para avaliar o nível de satisfação dos clientes, em relação ao atendimento que empresa WB passa para eles.

Palavras-Chave: Clientes. Atendimento. Qualidade. Organização.

RESUMEN

El presente trabajo tiene como objetivo analizar la calidad del atendimento prestado al cliente en la empresa WB Comércio e Representações Ltda, situada en Criciúma – SC. En este proyecto, fue analizado el nivel de satisfacción que la empresa pasa al cliente. Con base en los estudios teóricos de los autores, fue posible la realización de este proyecto, considerando, la satisfacción del cliente muy importante para la empresa attingir sus objetivos. Pues, la satisfacción del cliente hoy, no es más una opción, es una obligación que las empresas tienen que tener con sus clientes, es una cuestión de sobrevivencia para la empresa, pero, si la empresa no tiene un atendimento de calidad, ellos no adquiere clientes, y la organización no sobrevivir a las competiciones en el mundo actual. El proyecto inicia con una fundamentación teórica sobre el atendimento, destacando algunos factores para un buen atendimento y algunos consejos. En seguida se hace un estudio más detallado sobre el atendimento, componentes del atendimento, atendimento ideal, perfil de los clientes, necesidades de los clientes, y otros factores que implica el cliente con la empresa. Después, del estudio analizado, se puede observar que el cliente procura un atendimento satisfactorio y de calidad en muchas empresas del mercado, que en la práctica es muy diferente, pero, la correría del cotidiano de las empresas, el atendimento de calidad que los clientes esperan fue dejada de lado. Con la influencia de los autores, fue sugerida la empresa, la realización de un cuestionario, para analizar el nivel de satisfacción de los clientes, en relación al atendimento que la empresa WB pasa para ellos.

Palabras-Clave: Clientes. Atendimento. Calidad. Organización.

ABSTRACT

The Project has as objective to analyze the quality of treatment provided to the customer in the company WB Comércio e Representações Ltda, located in Criciúma – SC. This project analyzed the degree of satisfaction that the company passes to the customer. It is based on authors theoretical studies and it considered the satisfaction of customer is very important to the companies achieves its goals. The customer satisfaction is not a question it is a requirement which companies have with their customers. It is a matter of survival to the companies. If companies do not have the quality treatment, there is no customer, and the company does not survive in the business world.

The project starts with grounding theoretical about the treatment highlighting some factors for good treatment and some tips. First it was studied in more detailed the company customer treatment: care, optimal care, customer profiling, customer needs, and other factors involving the customer and the company. Then the study examined the client's point of view about satisfactory and quality service in relation to market companies but because of the rush of the day to day business, the service quality that customers expect was dropped. Based on the studies it was suggested to the company the completion of a questionnaire to assess the level of customer satisfaction in relation to services that company WB provides for them.

Keywords: Customers. Service. Quality. Organization.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Qual seu grau de satisfação referente ao atendimento telefônico?	25
Tabela 2 – Qual seu grau de satisfação referente ao tempo de espera no telefone?	26
Tabela 3 – Qual seu grau de satisfação referente à educação/simpatia da atendente?	27
Tabela 4 – Qual seu grau de satisfação referente à clareza das informações prestadas pela atendente?	28
Tabela 5 – Qual seu grau de satisfação referente ao atendimento geral da atendente?	29
Tabela 6 – Qual seu grau de satisfação referente à solução de problemas?	30
Tabela 7 – Qual seu grau de satisfação referente ao tempo gasto para resolver problemas?.....	31
Tabela 8 – Qual seu grau de satisfação referente ao prazo de entrega do material fornecido pela WB?	32
Tabela 9 – Qual seu grau de satisfação referente ao Feedback?.....	33

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
1.1 DELIMITAÇÃO DO PROBLEMA	12
1.2 OBJETIVOS	12
1.2.1 OBJETIVO GERAL	12
1.2.2 Objetivos Específicos	12
1.3 JUSTIFICATIVA	12
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	14
2.1 O ATENDIMENTO.....	14
2.1.2 Componentes do Atendimento	15
2.1.3 Atendimento Ideal	16
2.1.4 Identificando os Clientes	16
2.1.5 Necessidades dos Clientes	17
2.1.6 Matendo a Confiança e o Cliente	18
2.1.7 Reação dos Clientes	19
2.1.8 Cuidando dos Clientes	19
2.1.9 Confiabilidade	20
2.1.10 Satisfação dos Clientes	21
3 CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA	22
3.1 AMBIENTE DE TRABALHO	22
3.2 PÚBLICO CLIENTE.....	23
4 PROPOSTA DE TRABALHO	24
4.1 APLICAÇÃO DA PROPOSTA DE TRABALHO	24
5 CONCLUSÃO	34
REFERÊNCIAS	35
APÊNDICE (A)	36

1 INTRODUÇÃO

Sabemos que nos dias atuais o atendimento ao cliente é tudo dentro das mais variadas empresas do mundo afora. Hoje, o cliente quer ser bem atendido e respeitado, e com essa exigência as empresas de vários ramos vêm competindo a excelência de um atendimento, é com isso que as empresas sempre estão buscando um bom atendimento e a opinião do cliente, hoje podemos entrar em várias lojas de cosméticos, calçados ou vestuário ou até mesmo em empresas de grande porte que em algum lugar podemos observar que há uma caixinha pedindo a opinião do cliente sobre o atendimento, é a partir daí, das opiniões, que a organização começa a analisar o atendimento e focar para que o cliente sempre seja bem atendido e com isso conquistando a confiança do mesmo.

No decorrer deste relatório de estágio iremos ver e conhecer um pouco mais sobre o atendimento ao cliente, para que possamos estar sempre satisfazendo o cliente e a empresa, para ambos caminharem sempre juntos nesse mercado tão competitivo que é o atendimento.

O relatório de estágio está organizado nos seguintes capítulos; introdução, delimitação do problema, objetivo geral e específico, justificativa, e fundamentação teórica, dentro da fundamentação serão abordados os estudos baseados nos autores que fizeram parte deste relatório, como: O atendimento, componentes do atendimento, atendimento ideal, identificando os clientes, necessidades dos clientes, cuidando dos clientes, confiabilidade, satisfação dos clientes, concluindo com a caracterização da empresa, ambiente de trabalho, público cliente, proposta de trabalho, aplicação da proposta de trabalho, conclusão, referencias e apêndices.

1.1 DELIMITAÇÃO DO PROBLEMA

O atendimento interno e externo dentro de uma organização é de extrema importância para empresa, pois tratar o cliente com certa importância é um benefício que a empresa adquire.

Focar o atendimento que o cliente vem recebendo, observar qual problema que o aflige e procurar resolvê-los para o mesmo estar sempre satisfeito com o atendimento da empresa, podendo-o ajudar o cliente e a empresa, pois quando recebemos um bom atendimento e temos problemas resolvidos, observamos que a empresa é de grande responsabilidade e se importante realmente com os clientes que possuem.

Mas sabemos que não podemos agradar a todos, e baseado nisso, queremos saber: Como está o grau de satisfação do cliente em relação ao atendimento da empresa?

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 OBJETIVO GERAL

Analisar a qualidade do atendimento prestado ao cliente.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Levantar o número de clientes da empresa;
- Identificar o perfil dos clientes;
- Analisar o grau de satisfação dos clientes.

1.3 JUSTIFICATIVA

O objetivo deste projeto é focar no atendimento ao público, mais precisamente como os clientes estão sendo atendidos e se estão satisfeitos com o atendimento que vêm recebendo. Com a concorrência dos dias de hoje em diversos ramos de atividades o atendimento ao público/cliente vai ficando cada vez mais

precário, não basta apenas conquistar o cliente se depois não dermos a atenção merecida.

O público/cliente quer ter um atendimento de qualidade e de excelência, e a organização no mundo moderno tem que estar disposto a atender da forma que o cliente deseja para se manter neste mercado tão competitivo, por isso é necessário ter um atendimento de qualidade para conquistar novos clientes e manter os atuais. Fazer com que o cliente se sinta satisfeito, e importante dentro de uma empresa é um grande benefício para a organização.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Este projeto de relatório tem o objetivo de conhecer a qualidade de atendimento prestado aos seus clientes e a sua satisfação, usando como base teórica autores como: RICHARD. F GERSON: como A excelência no atendimento a clientes; BOB E. HAYES: Medindo a satisfação do cliente; PAULO ROBERTO GOMES: Profissional do atendimento do século XXI; EDMUNDO BRANDÃO DANTAS: Atendimento ao público nas organizações.

2.1 O ATENDIMENTO

Neste mundo tão moderno e diversificado ser simpática e tratar bem o cliente é o mínimo que podemos fazer para o cliente se sentir bem, mas um bom atendimento vai muito além disto, o atendimento ao cliente envolve todos os setores dentro da organização, até mesmo a funcionária de limpeza geral tem que dar um bom atendimento aos clientes, para mostrar que a empresa trabalha com pessoas que preservam o bom atendimento a todos, isso significa mais do que atender reclamações, o atendimento também significa ir atrás dos problemas dos clientes e procurar resolvê-los, mostrando-o que você se importa em querer ajudar o cliente, sempre que ele tiver algum problema ou dificuldade.

O Atendimento a clientes envolve todas as atividades de empresa e seus funcionários para satisfazê-los. Isso significa mais que atender reclamações, providenciar reembolsos ou trocas nas devoluções ou sorrir para os clientes. O atendimento a clientes também significa sair em sua busca, fazendo todo o possível para satisfazê-los e tomando decisões que os beneficiem, mesmo à custa de sua empresa. (GERSON, 2001, p.3).

Podemos atender o cliente de várias maneiras as mais conhecidas é por atendimento telefônico e o pessoalmente. O atendimento telefônico conta muito para o cliente é a partir deste pequeno gesto que ele vai reconhecer se foi bem ou mal atendido, não adianta atendermos bem pessoalmente e por telefone não darmos a atenção desejada ao cliente, muitas vezes nós atendemos aos clientes somente por telefone. Outro momento que conta bastante para os clientes são os retornos de ligações telefônicas, pois os mesmos vão se sentir importante por terem sido lembrados em apenas uma ligação.

Abaixo algumas dicas para um bom atendimento telefônico:

- Atenda no máximo no terceiro toque, com o telefone na

- posição bucal;
- Apresente sua empresa, seu nome, complemente com uma saudação breve: Bom dia! Pois não! Em que posso ajudá-lo?;
- Seja objetivo, use um vocabulário fácil de entender e lembre-se de que o produto que você conhece talvez o ouvinte nunca tenha visto. Você é os olhos do cliente ao telefone;
- Retorne ligações sempre que necessário;
- Papel e caneta devem estar a postos, não confie na memória. Anote tudo (quem ligou, hora, data, assunto);
- Agradeça sempre a ligação. (GOMES, 2001, p.73).

Essas são algumas das mais conhecidas dicas de como atender o cliente de forma educada e eficiente, se seguir estas dicas e acrescentar outras, pode ter certeza que o cliente vai ficar satisfeito com seu atendimento.

2.1.2 Componentes do Atendimento

Componentes do Atendimento é tudo aquilo que a empresa pode oferecer ao cliente, seja preço, ambiente limpo, pré e pós venda, qualidade no atendimento, entre outros.

Segundo Dantas (2004, p. 32). Existem seis itens que as empresas podem classificar como componentes de atendimento, são eles:

Clientes: São todas as pessoas físicas ou jurídicas que adquirem ou utilizam regularmente produtos/ou serviços da empresa, dirigindo-se a ela pessoalmente ou por outros meios como telefone, correio etc.

Atendentes: São todos os empregados da empresa que têm contrato habitual com o público. Os que atendem em balcão guinê ou mesa, e também os vendedores; ascensoristas, guardas de segurança. Telefonistas, recepcionistas, secretárias, gerentes, diretores e (embora alguns não gostem de admitir)... o presidente!.

Normas e regulamentos: São as leis, decretos-leis, decretos, regulamentos, normas internas etc., que determinam e norteiam o setor em que a empresa atua, bem como sua oferta de produtos e prestação de serviços.

Procedimentos internos: São as normas de produtos e serviços, rotinas, ordens superiores, práticas habituais (formalizadas ou não) que a empresa adota para orientar o funcionamento e a forma de oferta de produtos ou prestação de serviços.

Elementos de consulta: São os catálogos, cadastros, arquivos, *sites*, relações, listagens etc., utilizados ou consultados pelos atendentes para efetivação do atendimento.

Instalações: São todos os aspectos físicos da empresa: a distribuição do espaço, a ambientação e a sinalização.

Grande parte das empresas seguem esses seis itens, e de todos os componentes de atendimento, alguns deixam a desejar no quesito preço, o que

podemos observar até mesmo em lojas de eletrodomésticos, se fizermos uma pesquisa, em nenhuma das lojas estará com preço igual, sempre terá uma com o preço maior ou menor do que a outra.

2.1.3 Atendimento Ideal

Não existe um modelo ideal de atendimento, até porque o que pode ser ideal para uma pessoa, pode não ser para outra, esse quesito de atendimento ideal depende de pessoa para pessoa. Obviamente o que todos têm em comum é que querem um atendimento de qualidade, e que supere suas expectativas, seja em resolver problemas, ou ser educado, independente da educação que está recebendo.

Dantas (2004, p. 54) aponta que alguns autores fizeram pesquisas para saber qual o atendimento ideal que as pessoas esperam de uma empresa. Abaixo os atributos para o atendimento ideal:

- Deve dar as boas-vindas ao cliente;
- Mostrar boa vontade no trato com o cliente;
- Prestar orientações seguras;
- Evitar atitudes negativas;
- Falar sempre a verdade ao cliente;
- Prever problemas e exercitar soluções, entre outros.

Esse estudo aponta alguns atributos, mas existem vários para a contribuição de um atendimento ideal, sejam as boas vindas, até a limpeza do ambiente, tudo isso oferece um atendimento ideal, segundo pesquisas.

2.1.4 Identificando os Clientes

Podemos classificar os clientes em dois quesitos básicos, organização ou pessoas, internas ou externas à empresa, neste projeto daremos mais atenção a clientes organização externa. Mas como identificar os clientes? Existem alguns quesitos, o mais amplo é saber o perfil de cada cliente, identificar o perfil do cliente é compreender com clareza, como e com que recurso se pode atender as necessidades e ir além de suas expectativas.

Segundo Gerson (2001, p.85) “O melhor meio de satisfazer e manter seus clientes é conhecer o máximo possível sobre os mesmos”.

O cliente gosta de ser conquistado todos os dias, gosta de ser lembrado pela organização e a organização tem o dever de fazer com que o cliente se sinta satisfeito com o atendimento recebido.

2.1.5 Necessidades dos Clientes

As necessidades gerais são sobre a qualidade do atendimento, ou pode ser definido aquilo que fica entre uma situação em que o cliente se encontra e aquela em que ele deseja estar.

Por exemplo, o cliente aguarda na fila por 10 minutos, mas não é essa situação que ele queria estar, ele já queria estar sendo atendido, é nesses pequenos detalhes que ganhamos ou perdemos clientes.

Segundo Hayes (1995, p.9)

Podemos considerar as necessidades do cliente como aquelas características do produto ou serviço que representam dimensões importantes. Elas são dimensões sobre as quais os cliente baseiam suas opiniões acerca do produto ou serviço. O objetivo de determinar as necessidades do cliente é estabelecer uma lista abrangente de todas as dimensões da qualidade que descrevem o serviço ou produto. É importante entender as dimensões da qualidade de forma que se possa saber como o cliente define a qualidade de seu serviço ou produto.

Ou seja, com um questionário passado aos clientes eles respondem sobre o serviço ou produto que vem recebendo, e até mesmo sobre o atendimento, a empresa terá uma visão de quais as necessidades do mesmo, e a partir das respostas procurarem resolver de forma abrangente e clara a necessidade que o cliente tem.

Se uma categoria importante de necessidades do cliente for omitida durante as entrevistas iniciais, o questionário de satisfação do cliente resultante será deficiente para avaliar todas as necessidades. Em outras palavras, você será incapaz de avaliar a percepção de seus clientes acerca de um componente importante de seu serviço ou produto. (HAYES, 1995, p28).

Com o uso do questionário aplicado aos clientes, beneficia tanto a organização como seus clientes para manter a satisfação dos mesmos, e assim manter a confiança que o cliente tem com a empresa.

2.1.6 Mantendo a Confiança e o Cliente

Ir atrás de clientes e trazê-los para sua empresa é uma tarefa difícil, mas depois que as organizações conseguem isso, os clientes são esquecidos, e são por esses motivos que a maioria dos clientes vai se distanciando e perdendo a confiança na empresa.

A organização tem que se colocar no lugar do cliente e pensar, quem gosta de ser conquistado e depois ser deixado de lado? Ninguém, então com os clientes é a mesma coisa, os clientes gostam de serem lembrados, para isso a empresa precisa estar disposta para oferecer alguns serviços para manter a confiança do cliente e principalmente o próprio cliente.

Os clientes atualmente são mais educados do que no passado. São mais cuidadosos com suas compras e com o dinheiro que gastam. Querem valorizar o seu dinheiro. Também querem bons serviços e estão prontos a pagar por eles. Mas, quem são esses clientes, e como você sabe quando eles estão felizes? (GERSON, 2001, p.11).

Solucione os problemas dos clientes, mostre que você se importa com suas reclamações ou problemas e tente resolver isto, ele terá uma boa imagem da empresa.

Coloque em uma caixinha um pequeno questionário sobre o atendimento do serviço prestado, é bom saber o que o cliente pensa sobre o atendimento que vem recebendo, assim ele também se sentirá importante ao dar sua sugestão, faça alguns convites para conhecer melhor a empresa, no dia do seu aniversário mande uma mensagem, ele irá ficar feliz por ser lembrado em uma data tão especial para ele.

Segundo Gerson (2001, p.11)

Clientes felizes, ou que tiveram suas queixas resolvidas, contarão a três ou quatro pessoas sua experiência positiva. Entretanto, você tem que satisfazer de três a quatro clientes para cada um que estiver insatisfeito com você. É muito difícil, em qualquer ramo, trabalhar com uma razão de 4:1 contra. Os programas de manutenção de clientes vão acentuar o valor de seus esforços em atendimento a eles.

Gerson (2001, p.11). Também ressalta o lado negativo: “Um cliente insatisfeito é capaz de contaminar negativamente até 10 pessoas...”.

Ou seja, se você prestar um serviço de qualidade ao cliente, ele irá reconhecer e fazer propaganda do seu serviço a outras pessoas, assim é a mesma coisa se você der um atendimento de má qualidade para ele.

2.1.7 Reação dos Clientes

Cada cliente tem uma personalidade, e um modo de agir, assim, é com a reação, cada um reage de uma maneira. A reação dos clientes depende de como eles são tratados dentro da organização, quando a empresa trata o cliente bem, resolvendo seus problemas, dando a maior assistência possível, o cliente vai ficar feliz com a empresa, e possivelmente irá fazer o famoso marketing boca a boca, o que passa uma imagem positiva que a empresa tem que ter com seus clientes, e futuros clientes. Passando assim um atendimento de qualidade, e satisfação com seu produto ou serviço.

As percepções dos clientes da Qualidade do Serviço e sua satisfação geral possuem alguns indicadores observáveis. Os clientes podem sorrir quando falam sobre o Produto ou Serviço. Eles podem fazer bons comentários acerca do Produto ou Serviço. Estas duas ações são manifestações ou indicadores de um conceito básico que podemos chamar de "satisfação do cliente". (HAYES, 1995, p. 41).

Manter o cliente satisfeito com seu produto/serviço é uma regra básica para a sobrevivência da empresa, pois clientes querem atendimento de qualidade e produtos que satisfazem suas expectativas.

2.1.8 Cuidando Dos Clientes

Podemos cuidar de nossos clientes de diversas formas, a principal é através um bom atendimento, solucionando problemas, e mostrando preocupações com a opinião do cliente.

Segundo Gerson, (2001 p. 44), existem 4 passos para cuidar do clientes são eles:

Credibilidade: Credibilidade, ou sua reputação, é realmente tudo que você tem no mundo dos negócios. Os clientes devem acreditar em seus produtos ou serviços, nas suas políticas e procedimentos de serviços, no seu esforço para melhorar o desempenho, assim como no de sua equipe. Se eles não confiarem em você, não comprarão de você.

Acessibilidade: Os clientes querem disponibilidade de acesso rápido e fácil

ao seu sistema de serviços. Não torne as coisas difíceis para eles, passando-os de um funcionário para outro.

Confiabilidade: Você deve realizar o que promete, no tempo prometido. Faça-o bem e imediatamente, despache ao cliente no tempo prometido, e verifique com o cliente se ele está satisfeito. Confiabilidade advém da consistência do desempenho do seu produto ou serviço e da consistência no tratamento oferecido aos clientes. Quando você é confiável, os clientes sabem o que esperar e sentem-se confortáveis aos negócios com você.

Excelência: Os clientes acreditam que eles próprios sejam importantes e excelentes, e querem trabalhar com excelentes empresas e pessoas.

Essas dicas são de extrema importância para as empresas terem uma relação saudável com seus clientes, são tópicos que todas as empresas deveriam seguir, pois um tópico depende de outro, afinal todo cliente quer negociar com empresas de confiança, e de credibilidade buscando assim a excelência para ambos.

2.1.9 Confiabilidade

Confiança é algo que demora a ser colocada em prática, assim é a relação entre cliente e organização. Hoje em dia, confiar na empresa para se tornar cliente é de grande importância para a organização, mas é difícil para a pessoa em se tornar cliente, e em um primeiro momento confiar, a confiança é algo que depende da empresa, para passar ao cliente.

Segundo Hayes (1995 p. 57), existem duas vantagens em dispor uma escala com alta confiabilidade, são elas:

Permite melhorar distinção entre os vários níveis de satisfação do que uma escala baixa de confiabilidade; e ela torna mais provável a identificação de relações significativas entre variáveis verdadeiramente relacionadas entre si.

A empresa pode passar confiança ao tratar bem o cliente, se mostrar preocupada com as ideias e opiniões dos clientes, fazer com que o cliente se sinta importante dentro de uma organização, é com estes pequenos quesitos que a empresa pode conquistar o cliente, fazendo-o ele confiar na empresa.

2.1.10 Satisfação dos Clientes

É difícil saber como anda o grau de satisfação que o cliente recebe da empresa, para isto, é muito importante à empresa se organizar e fazer um questionário para passar aos seus clientes. Geralmente o questionário é passado para analisar o nível de satisfação dos clientes, mas ainda existem algumas empresas que são inexperientes e não sabem aplicar um questionário objetivo.

Para isto Hayes (1995, p. 84) esclarece como fazer um questionário claro e objetivo para ser passado aos clientes.

O passo seguinte é redigir a introdução para o questionário. Ela deve ser curta. Deve explicar o objetivo do questionário e fornecer instruções para o preenchimento das respostas. Deverá, também, explicar como os dados serão usados.

Com o questionário aplicado, fica muito mais fácil para a empresa tratar com o cliente, e assim identificar os problemas que os afetam, e procurar resolver, para ambos ficarem satisfeitos.

3 CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA

A WB Representações Ltda atua no segmento de Representações e Comércio de Carvão Mineral Moído (Tipo Cardiff), Coque Fundição, Coque Metalúrgico, Carvão Antracito, Carburante, Ferro Gusa e Pirita¹.

A Empresa representa duas mineradoras do Sul do Brasil: Carbonífera Metropolitana e Carbonífera Belluno, as quais exploram uma rica reserva de onde extraem carvões para atender, além das indústrias da fundição, o mercado termelétrico, alimentício, cerâmico, fertilizantes, siderúrgico, cimento, petroquímico e outros².

Localizada na cidade de Criciúma – SC, na Rua João Pessoa 45, Bortoluzzi Center – sala 310.

3.1 AMBIENTE DE TRABALHO

As atividades desenvolvidas foi ao atendimento ao cliente, foi feito um questionário no mês de Agosto/2013 com 9 perguntas sobre o nível do atendimento que o cliente recebeu, e depois foi analisado de forma clara e objetiva a satisfação do cliente em relação a empresa que o atendeu.

É um ambiente com três salas, são dois sócios e cada um fica na sua sala e a estagiária fica na recepção.

É por meio da recepção que a estagiária teve acesso ao público e a alguns clientes que foi até ao escritório e, por meio de telefone. No meio telefônico a estagiária atendeu aos telefonemas identificando o nome da empresa, se apresentando e por último dando os cumprimentos. Já quando os clientes iam até o escritório, a estagiária cumprimentava e o encaminhava para a sala desejada.

A principal atividade desenvolvida se deu diretamente ao atendimento telefônico aos clientes externos, porém, foi realizadas outras atividades, como organização de contas, planilhas de relatórios de contas a pagar, contas do mês a serem pagar tanto em banco como lotéricas.

¹ Fonte: <http://www.wbltda.com.br/empresa.php>. Acessado em: 10/05/2013

² Idem nota 1.

3.2 PÚBLICO CLIENTE

A grande parte dos clientes da WB são de outros estados, a grande maioria é de grande porte e empresas importantes, portanto o atendimento é somente telefônico, por isso, ser educada e resolver problemas conta muito para o cliente estar sempre satisfeito com a empresa que fornece seus produtos. Transmitir um bom atendimento ao cliente é essencial, eles ficam satisfeitos com o atendimento e a WB fica satisfeita em mantê-los.

4 PROPOSTA DE TRABALHO

Inicialmente foi observado o atendimento telefônico que a estagiária transmite ao cliente, e a partir disto, foi feito um questionário no mês de Agosto/2013 e passado para os clientes sobre o atendimento que eles estão recebendo da estagiária, depois de respondidos serão analisados.

4.1 APLICAÇÃO DA PROPOSTA DE TRABALHO

O questionário (Apêndice A) foi enviado para os 33 clientes externos que fazem parte da carteira da empresa, porém, somente 29 responderam. Os dados obtidos com as respostas estão dispostos a seguir.

4.1.2 Tabela 1: Qual seu grau de satisfação referente ao atendimento telefônico?

ALTERNATIVAS	Nº DE RESPOSTAS	PORCENTAGEM
MUITO SATISFEITO	7	24%
SATISFEITO	17	59%
INSATISFEITO	5	17%
TOTAL	29	100%

Fonte: Dados do pesquisador.

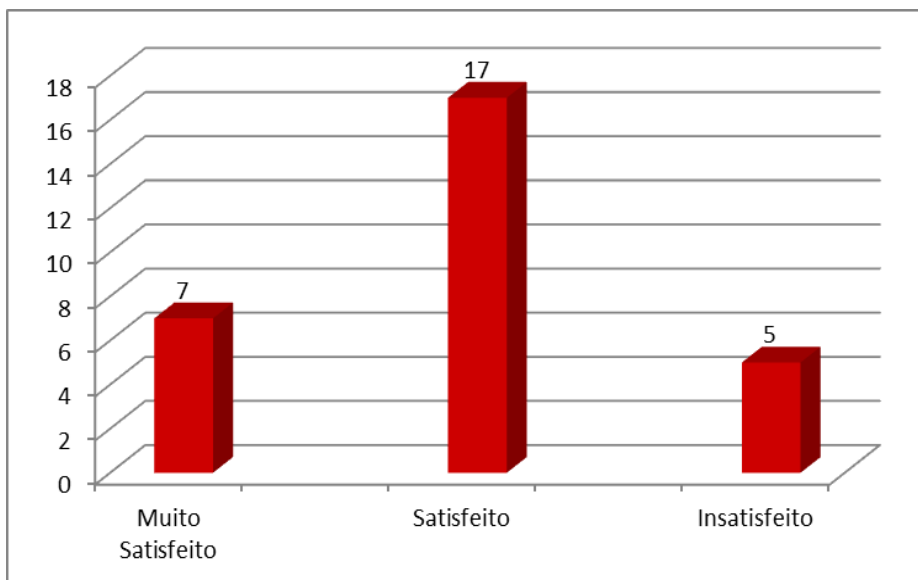


Figura 1: Qual seu grau de satisfação referente ao atendimento telefônico?

Fonte: Dados do Pesquisador.

Observa-se que 24% mostram-se muito satisfeito com o atendimento telefônico recebido, em sequência está 59% o que representa um atendimento satisfeito e em seguida 17% mostram-se insatisfeitos.

Pode-se concluir que 5 pessoas, o que representa 17% estão insatisfeito com o atendimento que vem recebendo, sugere-se que a empresa entre em contato com os clientes que estão insatisfeito, e verifique o que está ocorrendo em relação ao atendimento que o cliente acha insatisfeito, e assim, solucionar o problema, para que nas próximas ligações o cliente se satisfaça com o atendimento telefônico recebido.

4.1.3 Tabela 2: Qual seu grau de satisfação referente ao tempo de espera no telefone?

ALTERNATIVAS	Nº DE RESPOSTAS	PORCENTAGEM
MUITO SATISFEITO	8	28%
SATISFEITO	12	41%
INSATISFEITO	9	31%
TOTAL	29	100%

Fonte: Dados do pesquisador.

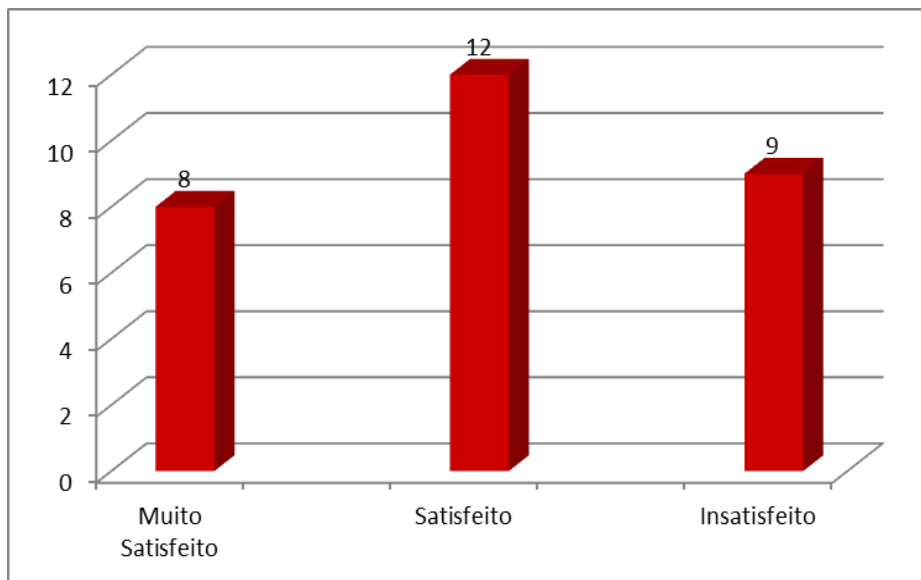


Figura 2: Qual seu grau de satisfação referente ao tempo de espera no telefone?

Fonte: Dados do Pesquisador.

Observa-se que 28% mostram-se muito satisfeito com o tempo de espera telefônico, em sequência está 41% o que representa um atendimento satisfeito e em seguida 31% se mostra insatisfeito.

Pode-se concluir que 9 pessoas, o que representa 31% estão insatisfeito com o tempo de espera ao telefone, sugere-se que na mesa da estagiária tenha 2 telefones, para não deixar o cliente esperando tanto ao telefone.

4.1.4 Tabela 3: Qual seu grau de satisfação referente à educação/simpatia da atendente?

ALTERNATIVAS	Nº DE RESPOSTAS	PORCENTAGEM
MUITO SATISFEITO	7	24%
SATISFEITO	19	66%
INSATISFEITO	3	10%
TOTAL	29	100%

Fonte: Dados do pesquisador.

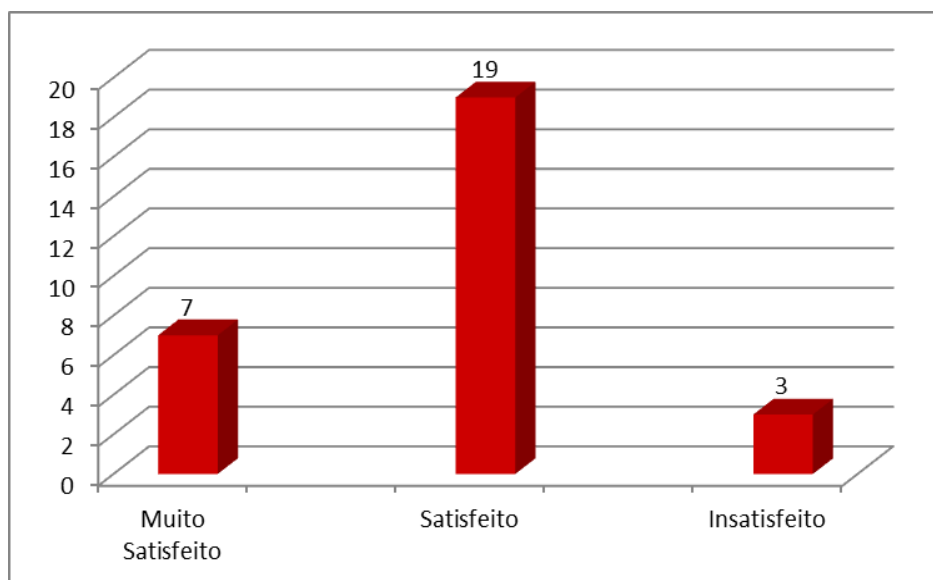


Figura 3: Qual seu grau de satisfação referente à educação/simpatia da atendente?

Fonte: Dados do pesquisador.

Observa-se que 24% mostram-se muito satisfeito com a educação/simpatia da atendente, em sequência está 66% o que representa um atendimento satisfeito e em seguida 10% se mostra insatisfeito.

Pode-se concluir que apenas 3 pessoas, o que representa 10% estão insatisfeito com a educação da atendente, sugere-se que a atendente entre em contato com esses 3 clientes, e verifique o que aconteceu para eles não estarem satisfeitos com a educação que a atendente passou a eles, em seguida anotar os tópicos que os clientes acham que precisam melhorar na educação/simpatia da atendente.

4.1.5 Tabela 4: Qual seu grau de satisfação referente à clareza das informações prestadas pela atendente?

ALTERNATIVAS	Nº DE RESPOSTAS	PORCENTAGEM
MUITO SATISFEITO	10	34%
SATISFEITO	15	52%
INSATISFEITO	4	14%
TOTAL	29	100%

Fonte: Dados do pesquisador.

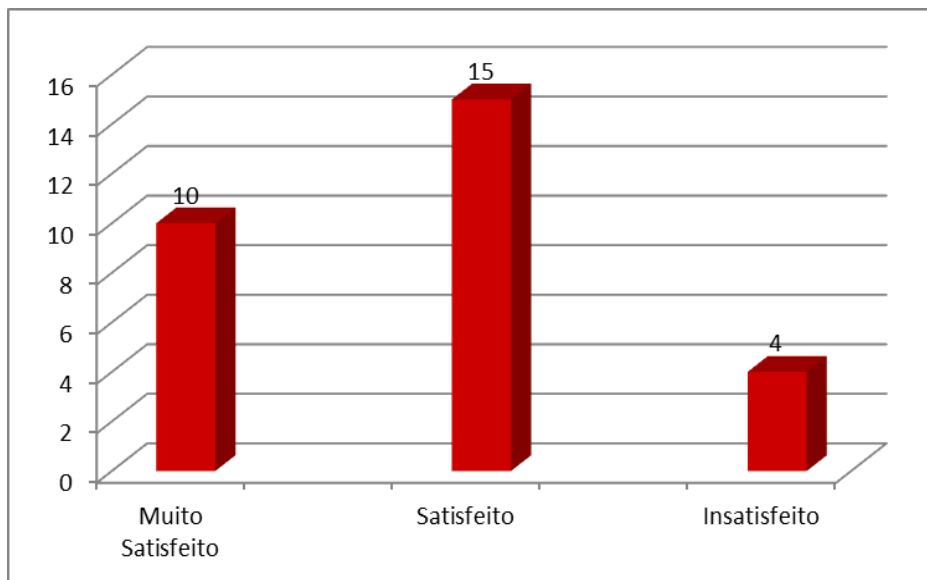


Figura 4: Qual seu grau de satisfação referente à clareza das informações prestadas pela atendente?

Fonte: Dados do pesquisador.

Observa-se que 34% mostram-se muito satisfeitos com a clareza das informações prestadas pela atendente, em sequência estão 52% o que representa um atendimento satisfeito e em seguida 4% se mostram insatisfeitos.

Pode-se observar que 4 pessoas, o que representa 14% estão insatisfeitos com a clareza das informações prestadas pela atendente, sugere-se que nas próximas informações a atendente anote-as de forma correta e passe aos clientes informações claras e objetivas.

4.1.6 Tabela 5: Qual seu grau de satisfação referente ao atendimento geral da atendente?

ALTERNATIVAS	Nº DE RESPOSTAS	PORCENTAGEM
MUITO SATISFEITO	10	35%
SATISFEITO	18	62%
INSATISFEITO	1	3%
TOTAL	29	100%

Fonte: Dados do pesquisador.

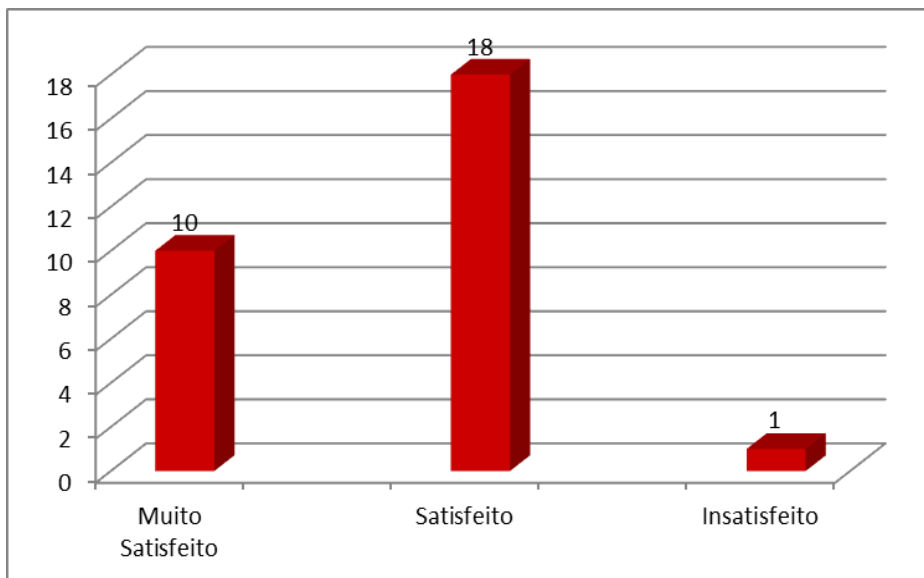


Figura 5: Qual seu grau de satisfação referente ao atendimento geral da atendente?

Fonte: Dados do pesquisador.

Observa-se que 35% mostram-se muito satisfeito com o atendimento em geral da atendente, em sequência está 62% o que representa um atendimento satisfeito e em seguida 3% se mostra insatisfeito.

Pode-se observar que apenas 1 pessoa, o que representa 3% está insatisfeita com o atendimento geral da atendente, sugere-se que a atendente entre em contato com este 1 cliente, e verifique o que aconteceu para ele estar insatisfeito, e anotar todas as opiniões do cliente em relação ao atendimento geral que ele recebeu que lhe deixou insatisfeito.

4.1.7 Tabela 6: Qual seu grau de satisfação referente à solução dos problemas?

ALTERNATIVAS	Nº DE RESPOSTAS	PORCENTAGEM
MUITO SATISFEITO	10	34%
SATISFEITO	19	66%
INSATISFEITO	0	0%
TOTAL	29	100%

Fonte: Dados do pesquisador.

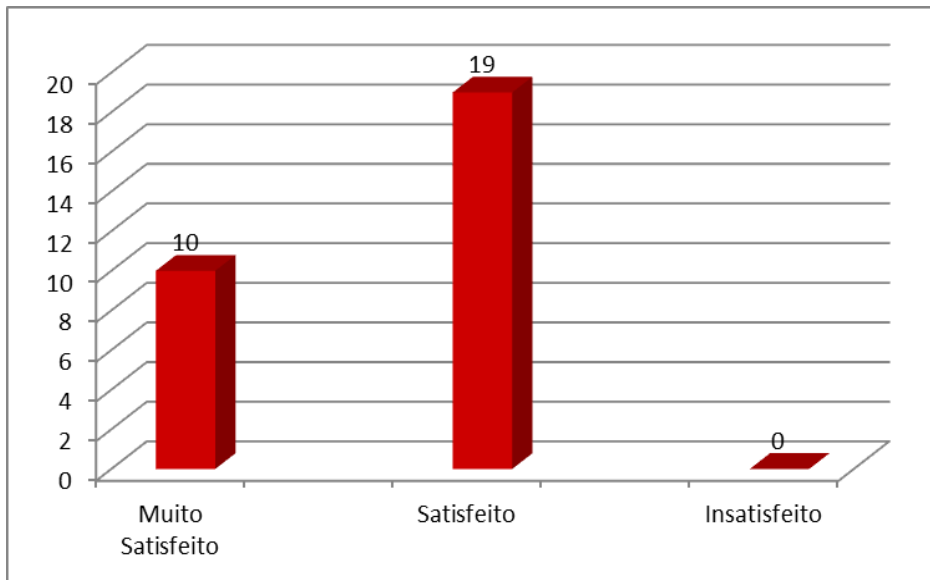


Figura 6: Qual seu grau de satisfação referente à solução dos problemas?
Fonte: Dados do pesquisador.

Observa-se que 34% mostram-se muitos satisfeitos com a satisfação de solução de problemas, em sequência está 66% o que representa um atendimento satisfeito e em seguida 0% se mostra insatisfeito.

Pode-se concluir que, em relação à solução de problemas, a empresa está satisfazendo todos os seus clientes.

4.1.8 Tabela 7: Qual seu grau de satisfação referente ao tempo gasto para resolver problemas?

ALTERNATIVAS	Nº DE RESPOSTAS	PORCENTAGEM
MUITO SATISFEITO	7	24%
SATISFEITO	17	59%
INSATISFEITO	5	17%
TOTAL	29	100%

Fonte: Dados do pesquisador.

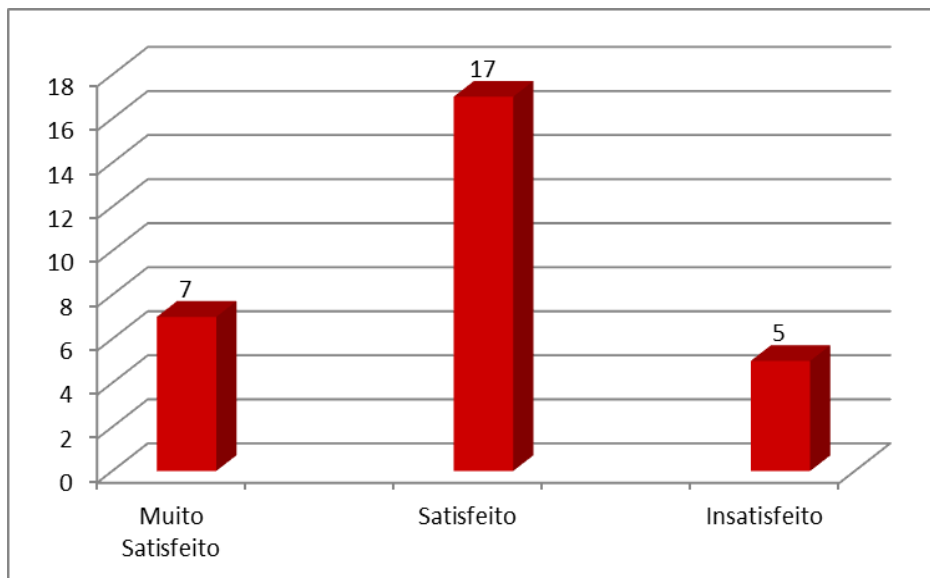


Figura 7: Qual seu grau de satisfação referente ao tempo gasto para resolver problemas?

Fonte: Dados do pesquisador.

Observa-se que 24% mostram-se muito satisfeito com o tempo gasto que a atendente leva para resolver problemas, em sequência está 59% o que representa um atendimento satisfeito e em seguida 17% se mostra insatisfeito.

Pode-se observar que 5 pessoas, o que representa 17% estão insatisfeito com o tempo gasto que a atendente leva para resolver problemas, sugere-se que a atendente ligue ao menos 2 vezes por semana para os 5 clientes, e pergunte se há algum problema para ser resolvido, se a resposta for positiva, anotar quais problemas, e em seguida entrar em contato com seu superior para resolver o problema, e retornar para o cliente o mais rápido possível com uma solução cabível.

4.1.9 Tabela 8: Qual seu grau de satisfação referente ao prazo de entrega do material fornecido pela WB?

ALTERNATIVAS	Nº DE RESPOSTAS	PORCENTAGEM
MUITO SATISFEITO	18	62%
SATISFEITO	8	28%
INSATISFEITO	3	10%
TOTAL	29	100%

Fonte: Dados do pesquisador.

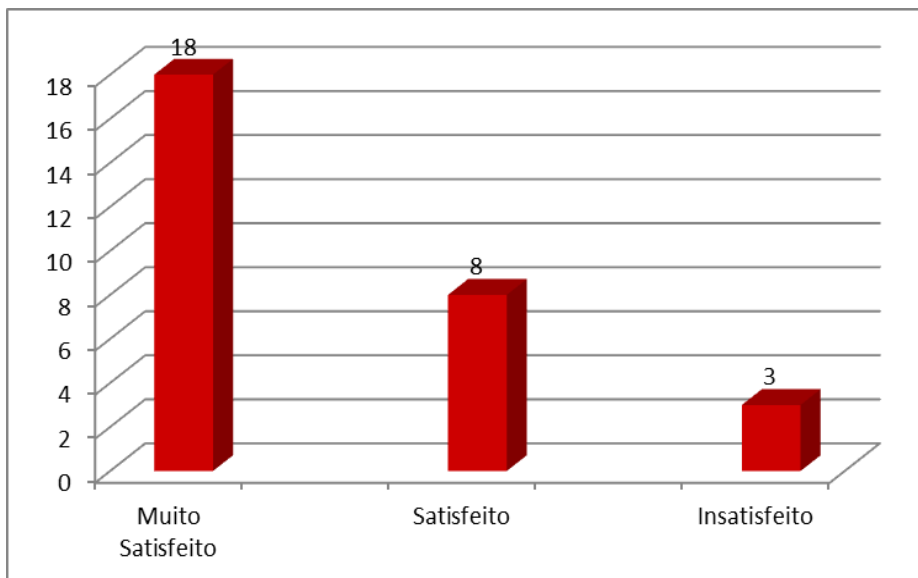


Figura 8: Qual seu grau de satisfação referente ao prazo de entrega do material fornecido pela WB?

Fonte: Dados do pesquisador

Observa-se que 62% mostram-se muito satisfeito com o prazo de entrega do material fornecido pela WB, em sequência está 28% o que representa um atendimento satisfeito e em seguida 10% se mostra insatisfeito.

Pode-se observar que 3 pessoas, o que representa 10% estão insatisfeito com o prazo de entrega do material que a WB fornece, sugere-se que a atendente entre em contato com os 3 clientes, e veja o porque da insatisfação ao prazo de entrega, se a insatisfação for pela transportadora que demorou a entregar, ligar para a transportadora e saber o motivo do atrasado, e um dia antes de ser coletado o material, entrar em contato com a transportadora para confirmar carregamento.

4.1.10 Tabela 9: Qual seu grau de satisfação referente ao Feedback?

ALTERNATIVAS	Nº DE RESPOSTAS	PORCENTAGEM
MUITO SATISFEITO	10	34%
SATISFEITO	15	52%
INSATISFEITO	4	14%
TOTAL	29	100%

Fonte: Dados do pesquisador.

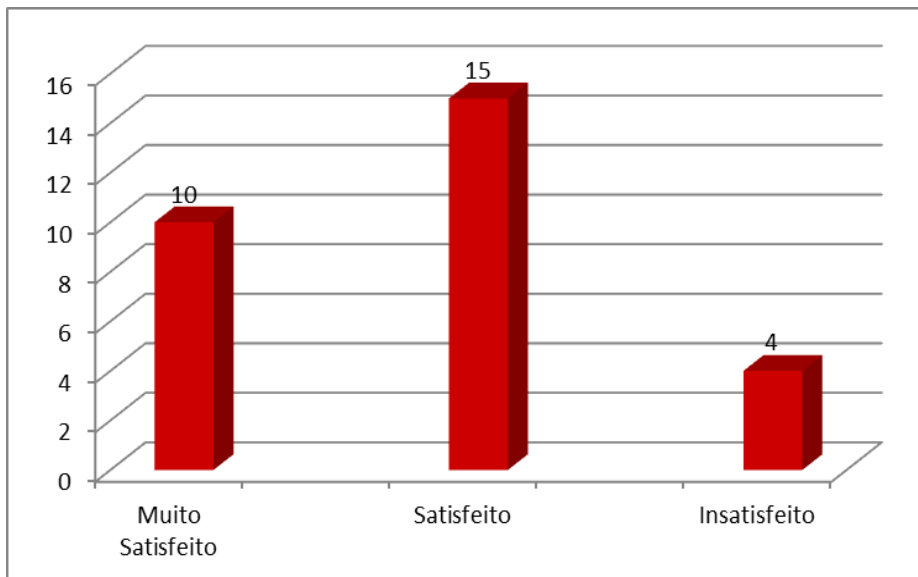


Figura 9: Qual seu grau de satisfação referente ao Feedback?

Fonte: Dados do pesquisador.

Observa-se que 34% mostram-se muito satisfeito com o feedback recebido, em sequência está 52% o que representa um atendimento satisfeito e em seguida 14% se mostra insatisfeito.

Pode-se observar que 4 pessoas, o que representa 14% estão insatisfeito com o feedback recebido, sugere-se que seja aplicado ao aparelho celular da atendente ou do superior um aplicativo do outlook, para responder e-mails, enviar e-mails, para manter feedback sempre positivo com o cliente.

5 CONCLUSÃO

As preocupações que as empresas vêm enfrentando em relação ao atendimento são muitas. Com o passar dos anos, as empresas estão sendo mais cuidadosas em relação ao atendimento e satisfação que o cliente está recebendo da organização. Com base nos gráficos analisados pode-se observar que as pessoas gostam de ser atendidas por pessoas simpáticas e bem humoradas, pois transmitem comodidade e respeito, mostrando que a empresa se importa com opiniões e ideias das pessoas, fazendo-o dessas pessoas seus futuros clientes, pois aquele que trata alguém com respeito e simpatia possivelmente já está em vantagem em relação aquele que o trata mal, pois quando ocorre um mau atendimento por uma única vez que seja, acaba manchando a imagem da empresa, e será difícil a empresa passar uma imagem diferente para a pessoa que não teve o atendimento desejado e satisfatório. Um atendimento de qualidade é fator fundamental para a empresa passar para os clientes uma imagem positiva e assim conquista-los. Prestar um bom atendimento ao cliente é sinônimo de que a empresa se importa e que quer o melhor para o cliente, conquistando assim, sua confiança e parceria, beneficiando ambas as partes, pois um cliente satisfeito com o atendimento vai se tornar cada vez mais fiel à empresa.

Por meio do questionário aplicado aos clientes da WB Comércio e Representações Ltda, verificou-se o grau de satisfação de seus clientes com relação ao atendimento prestado pela empresa, percebendo assim seus pontos positivos e negativos. Com base nas respostas do questionário, percebeu-se que a grande maioria dos clientes da WB estão satisfeitos com o atendimento geral que têm recebido. O questionário foi de grande importância, pois apesar da grande maioria estar satisfeito com o atendimento, ainda não é um atendimento de excelência.

Portanto, foi sugerido à empresa que ao final de toda ligação, contém uma pergunta sobre o nível de atendimento recebido com as seguintes opções: Muito satisfeito, satisfeito ou insatisfeito. Podendo assim, a empresa estar sempre atualizada sobre o nível de atendimento que os clientes estão recebendo.

REFERÊNCIAS

DANTAS Edmundo Brandão. **Atendimento ao Público nas Organizações**. Editora Senac, Brasília. Ed 2004. 32,54 p.

GERSON Richard F. **A excelência no atendimento a clientes, mantendo seus clientes por toda vida**, Rio de Janeiro: Editora Qualitymark, Ed. 2001. 03,11,44,85 p.

GOMES Paulo Roberto. **O Profissional do atendimento do séc. XVI**. Editora Juruá Ed 2001. 73 p.

HAYES Bob E. **Medindo a satisfação do cliente**, Rio de Janeiro. Editora Qualitymark, Ed. 1995. 9, 28, 41, 57, 84.

WB Comércio e Representações Ltda – Disponível em:
<http://www.wbltda.com.br/empresas.php>. Acessado em 10/5/2013.

APÊNDICE (A)

APÊNDICE (A)

Questionário aplicado aos clientes da WB Comércio e Representações Ltda, com o objetivo de verificar e analisar o nível de satisfação que o cliente recebe da empresa.

Nome da Empresa: _____

Qual seu grau de satisfação referente ao atendimento telefônico?

Muito Satisfeito Satisfeito Insatisfeito

Qual seu grau de satisfação referente ao tempo de espera no telefone?

Muito Satisfeito Satisfeito Insatisfeito

Qual seu grau de satisfação referente à educação/simpatia da atendente?

Muito Satisfeito Satisfeito Insatisfeito

Qual seu grau de satisfação referente à clareza das informações prestadas pela atendente?

Muito Satisfeito Satisfeito Insatisfeito

Qual seu grau de satisfação referente ao atendimento geral da atendente?

Muito Satisfeito Satisfeito Insatisfeito

Qual seu grau de satisfação referente à solução dos problemas?

Muito Satisfeito Satisfeito Insatisfeito

Qual seu grau de satisfação referente ao tempo gasto para resolver problemas?

Muito Satisfeito Satisfeito Insatisfeito

Qual seu grau de satisfação referente ao prazo de entrega do material fornecido pelo WB?

Muito Satisfeito Satisfeito Insatisfeito

Qual seu grau de satisfação referente ao Feedback recebido?

Muito Satisfeito Satisfeito Insatisfeito