



Satisfação e Qualidade ao Cliente

Henrique da Cunha Fornes¹
Renê Franzen Junior²
Almiro Ferreira³

INTRODUÇÃO

A satisfação e qualidade no atendimento ao cliente é uma estratégia diferencial e uma atribuição para se firmar no mercado. É utilizada como fonte primordial na busca da eficiência e excelência no atendimento, pois é a maneira como se interage com o cliente e, também a porta de entrada de qualquer empresa. As organizações devem sempre reter seus clientes, satisfazendo e prestando serviços de qualidade, pois é um fator fundamental para se desenvolver bem na busca do crescimento empresarial.

OBJETIVOS

Compreender de que forma a qualidade no atendimento contribui para o crescimento das organizações, já que este é um dos grandes fatores que provocam nas empresas a perda de seus clientes.

METODOLOGIA

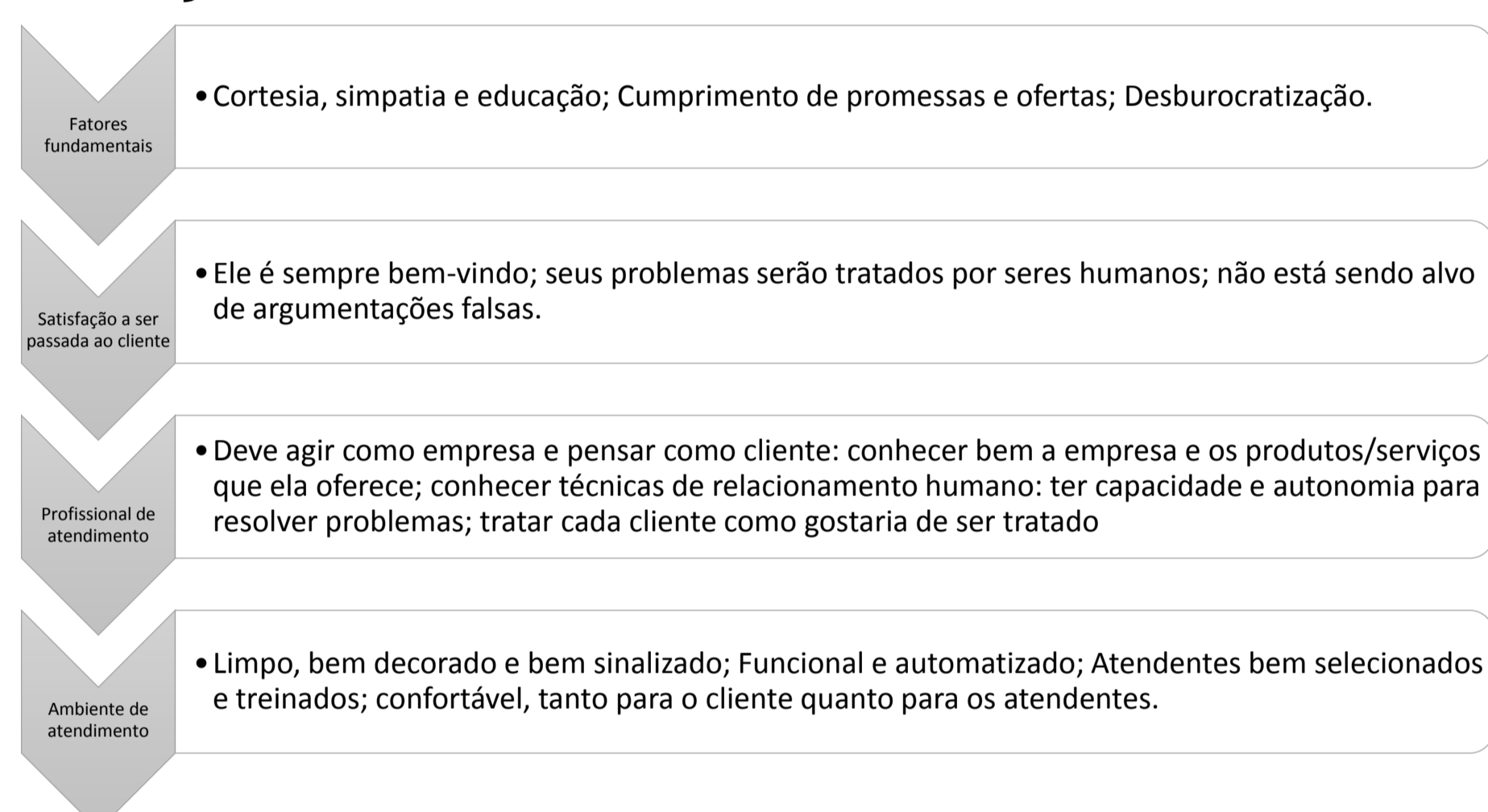
Pesquisa bibliográfica em artigos científicos e livros, com publicações de 1992 e 2018. As palavras-chave utilizadas na pesquisa foram qualidade; atendimento; clientes; crescimento; organização.

Após foi realizada uma análise qualitativa dos dados, com a intenção de preocupar-se com os aspectos da realidade que não podem ser quantificados, centrando-se na compreensão e explicação da dinâmica das relações sociais.

DESENVOLVIMENTO

A satisfação dos clientes, devido à competitividade do atual mercado, passou a ser um dos principais fatores para que as empresas busquem cada vez mais um enfoque no interesse e desejos dos seus clientes. Segundo Juran (1992) "Satisfação do cliente é um resultado alcançado quando as características do produto correspondem às necessidades do cliente".

Gilberto et al. (2014) apresentam uma abordagem para medição da qualidade em serviços, com cinco dimensões: confiança, responsividade/receptividade, segurança, empatia e tangibilidade, e que a "realização de serviços certos da primeira vez, fornecendo informações corretas e precisas, sendo capaz de resolver problemas e prestar um serviço rápido para responder o pedido" é elemento essencial para a construção da qualidade do serviço.



Fonte: DANTAS, 2004

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para manter a qualidade e o bom relacionamento com o cliente é importante realizar uma pesquisa de satisfação mensal com os clientes, verificando o grau de satisfação com o atendimento prestado pelos colaboradores, com perguntas relacionadas a clareza de informações, cordialidade, conhecimento técnico, entre outras. Além disso, prestar treinamentos para os colaboradores, aprimorando-os e oportunizando um maior conhecimento e capacitação, para que seja possível alcançar os objetivos organizacionais.

REFERÊNCIAS

DANTAS, Edmundo Brandão. **Atendimento ao público nas organizações**. Editora Senac, Brasília – DF, 2004

GILBERTO, Mario Filho Lütkemeyer; Vaccaro: FREITAS, Ernani Cesar de, **Identificação dos Fatores de Satisfação de Clientes em Serviços. 2014**

JURAN, J.M. **Controle da Qualidade – Handbook. Conceitos, Políticas e Filosofias da Qualidade-** vol.1- São Paulo. McGrawHill Ltda, 1992

CROBSY. P.B. **Qualidade é investimento**. 5 ed. Rio de Janeiro. José Olímpio Editora, 1992

¹ Aluno da disciplina Tópicos em Administração do curso de Administração da Universidade Luterana do Brasil. Mail: henriquefornes@hotmail.com

² Aluno da disciplina Tópicos em Administração do curso de Administração da Universidade Luterana do Brasil. Mail: renefranzen@gmail.com

³ Docente da disciplina Tópicos em Administração do curso de Administração da Universidade Luterana do Brasil. Mail: almiro.ulbra@terra.com.br