

QUALIDADE NO ATENDIMENTO AO CLIENTE

Letícia Rodrigues da Silva¹ (letyrodriguesdasilva@yahoo.com.br)
Marilda Sena Pereira Zuza²

RESUMO:

INTRODUÇÃO: O atendimento ao cliente não apenas deve ser definido com um critério em todas as operações realizadas por uma empresa, como deve ser retratado como um meio para levar a satisfação dos clientes diante de um serviço ou produto oferecido. **OBJETIVO:** Avaliar a qualidade no atendimento ao cliente, tendo como estudo de caso uma óptica na cidade de Monte Carmelo-MG. **METODOLOGIA:** Pesquisa bibliográfica relacionando o tema com as visões de autores, juntamente com um questionário aplicado à clientes da empresa. Dentre as questões observadas, nota-se como o cliente define o atendimento realizado pelos funcionários, e se recomendaria a empresa para novas pessoas. **RESULTADOS:** O cliente bem atendido tende a ser fiel à empresa, uma vez que a lealdade vem a ser conquistada pela qualidade do atendimento. Nessa circunstância, compreender e entender o cliente resulta uma conveniência para que aquele indivíduo que procura a empresa continue frequentemente visitando e negociando produtos ou serviços. **CONSIDERAÇÕES FINAIS:** O atendimento ao cliente retrata algo fundamental em se tratando de processos focados no mercado, pois além de ser demonstrada uma vantagem competitiva capaz de reduzir custos de operações, propicia assegurar com mais facilidade a fidelização do cliente. A estratégia de relacionamento com o cliente vai além do que vender um grande volume de mercadorias, consolida a confiança, lealdade e, sobretudo, satisfação do cliente diante da relação acompanhada durante uma ida na empresa, ou até mesmo no instante em que recebe um convite para verificar alguma novidade.

PALAVRAS-CHAVE: Estratégia. Lealdade. Relacionamento.

¹ Graduanda do Curso de Bacharelado em Administração da Fundação Carmelitana Mário Palmério – FUCAMP.

² Orientadora – Prof.^a do Curso de Bacharelado em Administração da Fundação Carmelitana Mário Palmério – FUCAMP. Mestre em Engenharia de Produção pela UFSC, especialista em Marketing Empresarial para Executivos pela UFRRJ. Professora de Cursos de Graduação e Pós-Graduação.