



QUALIDADE NO ATENDIMENTO COMO FATOR DE CRESCIMENTO EMPRESARIAL: UM ESTUDO DA IMPORTÂNCIA DA SATISFAÇÃO E FIDELIZAÇÃO DE CLIENTES DA MIRAGE MODAS

Victória Luíza Cunha de Mello¹ (vit.oriacunha@hotmail.com)

Cassio Raimundo Valdisser²

RESUMO:

Introdução: O tema “Qualidade no atendimento como fator de crescimento empresarial”, desperta a atenção por ser um assunto importante no mercado de trabalho, pois, hoje a qualidade no atendimento não é mais uma estratégia de diferenciação e, sim, uma necessidade de sobrevivência para que a organização se destaque no que faz. O mercado está cada dia mais inovador e exigente, sobressaindo-se aquele que busca algo que atrai e retém o cliente. Como justificativa, pode-se destacar que é muito importante e necessário que se pesquise a qualidade no atendimento aos clientes, independentemente da segmentação de mercado, pelo fato de ser um diferencial competitivo da atualidade e um fator de crescimento. **Objetivos:** Avaliar a qualidade no atendimento das funcionárias da Mirage Modas e como pode utilizá-lo ao seu favor e manter um bom relacionamento com os clientes, atendendo suas necessidades, fidelizando-os com a empresa, os quais são fatores essenciais para o crescimento da empresa no âmbito das vendas **Metodologia:** Este artigo tem caráter descritivo e para o seu desenvolvimento foi realizada pesquisa bibliográfica, a partir de publicações sobre a temática em livros, revistas, artigos científicos, periódicos, entre outros. Os dados coletados por meio da aplicação de questionário(s) para 23 (vinte e três) clientes foram trabalhados por meio de análise da pesquisa quali-quantitativa, os quais forneceram subsídios para a formulação das considerações finais da pesquisa que englobam os seus resultados e as recomendações para novos estudos relacionados ao objeto da pesquisa. **Resultados:** Foi possível perceber por meio dos gráficos o forte relacionamento que a empresa mantém com seus clientes, valorizando seu comportamento no ato da compra, buscando qualidade não só nos produtos, mas também no atendimento, satisfazendo às suas necessidades, nota-se ainda que o cliente não liga de pagar mais caro pelo produto se a necessidade for atendida. A maioria dos clientes

¹ Graduanda em Administração pela Fundação Carmelitana Mário Palmério – FUCAMP.

² Orientador – Prof. Me. do Curso de Bacharelado em Administração da Fundação Carmelitana Mário Palmério – FUCAMP.



efetua suas compras por meio das informações específicas que o vendedor lhe transmitiu, pois isso atrai o interesse do cliente ao produto oferecido e para isso a empresa dispõe de estratégias para um bom atendimento, realizando contato e mantendo uma fidelização do cliente com a loja, pois o cliente é a parte principal da organização e quando as suas expectativas são superadas eles evitam considerar novas escolhas passando a ser fiéis à empresa. **Considerações finais:** Por meio dessa pesquisa chegou-se à conclusão que a qualidade no atendimento é a principal vantagem competitiva de uma empresa e a qualidade não está somente nos preços ou produtos, mas sim, na relação entre clientes internos e externos, pois, o cliente é que sustenta a empresa e quando não há uma sinergia entre as partes, o atendimento torna-se negativo para o mesmo, podendo gerar a falta de satisfação e fidelização, trazendo prejuízo à empresa perante a concorrência.

Palavras-chave: Clientes. Atendimento. Qualidade.