

**12º ENTEC – Encontro de Tecnologia: 16 de outubro a 29 de novembro de 2018****ATENDIMENTO AO CLIENTE: A IMPORTÂNCIA DA GESTÃO DE QUALIDADE TOTAL.**

*Mateus de Sousa Valente<sup>1</sup>, Nicolas Souza Alves<sup>1</sup>, Mauricio de Souza<sup>1</sup>, José Roberto de Almeida<sup>1</sup>*

<sup>1</sup>Universidade de Uberaba - UNIUBE, Uberaba - Minas Gerais

*mateus.sousa.valente@gmail.com.br; jose.almeida@uniube.br*

**Resumo**

Atualmente, os clientes estão cada vez mais bem informados e com muito mais expectativas em relação a serviços e produtos. Aliado à grande disponibilidade de preços, modelos, serviços e fornecedores, atrair e reter clientes é uma tarefa difícil, mas que pode contar com um diferencial: O atendimento ao cliente. A preocupação com o atendimento ao cliente pode destacar uma organização, tornada altamente competitiva destacando-a das demais. Sendo uma interface de comunicação entre o cliente e a organização, hoje o atendimento é gerido de maneira diferente, menos técnico, menos numérico e mais voltado a atender as expectativas do cliente. Esse paradigma novo é chamado de gestão de qualidade total.

**Palavras-chave:** atendimento , *qualidade, cliente.*

**1 Introdução**

O avanço da tecnologia permitiu a democratização da informação. Novos modelos de negócio surgiram e os clientes de modo geral ficaram mais exigentes, seletivos e com alto grau de sofisticacao. Isso trouxe uma mudança de paradigma de como eles consomem, adquirem e se fidelizam a serviços. As expectativas estão cada vez mais altas principalmente com relação ao atendimento. Em um mundo globalizado, online, em que existem vários serviços imediatistas, espera-se que os problemas sejam resolvidos de prontidão, que o atendimento

seja rápido e de qualidade. Ou seja, os clientes hoje sabem o que querem, e sabem de seus direitos, graças ao fácil acesso a informacao (COSTA, SANTANA e TRIGO, 2015).

Para qualquer serviço, atrair e reter clientes hoje em dia é uma tarefa árdua. Tendo em vista, que existe uma grande variedade de escolha de produtos, serviços, marcas, preços e fornecedores. Justamente por isso, um diferencial capaz de destacar o serviço ou produto, e com certeza o atendimento (KOTHER e ARMSTRONG, 2003).

O aspecto mais importante do atendimento é a qualidade de atendimento ao cliente. Pode-se considerá-la como de suma importância para o crescimento de uma organização.

O atendimento ao cliente, é por muitas vezes, a interface de comunicação entre o cliente e a organização. Sendo o cliente o recurso principal da sobrevivência de uma organização, a sua satisfação em ser bem atendido quando solicitado é de extrema importância, molda completamente a relação entre o cliente e a organização, ao ser bem atendido e respeitado o cliente se fideliza ao serviço e propaga uma visão boa a outras pessoas (CHIAVENATO, 2007).

A metodologia que destacamos nesse artigo é a gestão de qualidade total. Antes de ter a qualidade como foco, muitas organizações a tratavam de maneira técnica, focada no produto. Atualmente, a qualidade e suas estratégias estão envolvidas como foco no cliente, com o objetivo de atender suas expectativas de maneira rápida e com

## 12º ENTEC – Encontro de Tecnologia: 16 de outubro a 29 de novembro de 2018

qualidade (KOTLER, 2000). Este artigo tem como objetivo discutir a respeito da importância da qualidade e da excelência do atendimento ao cliente. E demonstrar o valor de respeitar o cliente e atender bem, reconhecendo que o cliente é o recurso essencial para a sobrevivência da organização, e, por isso, a interface de comunicação tem de ser a prioridade.

### 2 *Materiais e Métodos.*

A importância da qualidade do atendimento e como gerenciá-la pode ser melhor compreendida por meio do entendimento de três pontos de vista, o do cliente, o da gestão e o dos colaboradores.

#### 2.1 *Cliente*

O modo como uma organização se desenvolve mudou drasticamente por causa das novas tecnologias. O modo como cliente e organização se interagem é um dos fatores que mais sofreram mudanças por causa das novas tecnologias.

A negociação de um produto e serviço, hoje, depende de conhecer o cliente, saber suas vontades, necessidades, atitudes e tendências. Portanto deve-se satisfazer o cliente e para isso a empresa deve estar voltada antes de tudo a entender suas necessidades e desejos (ALBRECHT e BRADFORD, 1992).

É essencial então, que se conheça seu cliente, e isso significa dar atenção a suas necessidades, ouvi-lo, saber o que ele espera da sua empresa. Em resumo, atendê-lo com qualidade.

#### 2.2 *Satisfação do cliente*

Os clientes hoje, esperam ser tratados como alguém importante. Deve-se haver por parte da empresa uma capacidade de fazer cada cliente se sentir especial, esse fator é essencial para o desenvolvimento da empatia. Tratá-lo dessa

forma, exige-se que ele deva ser reconhecido, identificado e respondido. O consumidor espera que ao optar por usar o serviço ou obter um produto de uma empresa, que essa demonstre interesse por ele e cumpra o que garantiu (KOTLER, HAYES e BLOOM, 2004).

Essa interação entre cliente e empresas é extremamente necessária, não basta apenas vender o serviço e esquecer que deve-se satisfazer as expectativas do cliente com o devido respeito e atenção.

É comum em uma prestação de serviço, ou produto ter falhas na qualidade, como por exemplo atrasos na entrega, ou uma indisponibilidade no serviço, no entanto, é importante que as empresas não somente corrija os problemas o mais rápido possível como ter uma estrutura pronta para interagir como cliente, capaz de reter suas solicitações, sugestões e reclamações. Esse é o fator essencial para diferenciar a organização das demais e gerar credibilidade.

Em um mercado cada vez mais competitivo, os gestores não podem ignorar o poder do cliente pois o acesso à informação está cada vez mais fácil. Um canal de interatividade entre cliente e organização e cada vez mais importante e decisivo para sua sobrevivência (EXAME, 2018).

#### 2.3 *Gestão de qualidade Total*

É necessário entender o conceito de qualidade antes de conhecer a Gestão de Qualidade Total. O termo qualidade é algo muito subjetivo, e pode assumir vários significados conforme o contexto. Para este artigo a definição de qualidade considerada é a de Kotler (2000) "é a totalidade dos atributos e características de um produto ou serviço que afetam a capacidade de satisfazer necessidades declaradas implícitas". Pode-se entender por esse conceito, que a qualidade é a capacidade de atender o desejo do cliente. Porém apesar

## 12º ENTEC – Encontro de Tecnologia: 16 de outubro a 29 de novembro de 2018

do conceito por si só tratar o cliente como foco, a gestão de qualidade trata-se da melhoria contínua dos processo da empresa e tem como finalidade não somente a satisfação do cliente como de todos que contribuem para o funcionamento da organização.

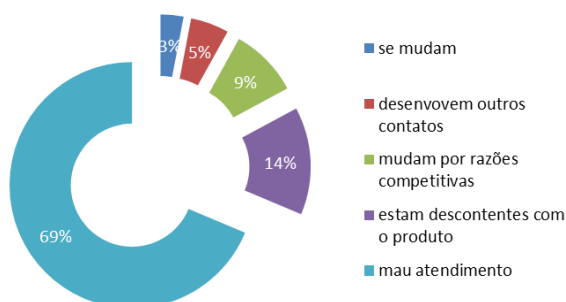
Sendo assim, o fator chave para manter a qualidade total é garantir, que além da satisfação do cliente, os colaboradores estejam motivados e sejam bem treinados para que o contato entre a organização e o cliente seja o melhor possível, satisfazendo-o e superando suas expectativas.

O colaborador responsável pelo atendimento ao cliente deve representar a organização, fornecendo informações, esclarecendo dúvidas, solucionando problema, sua missão é gerar no cliente satisfação, segurança e tranquilidade.

### 2.3.1 Qualidade do atendimento

Dentre as várias etapas de interação com cliente, o marketing, a venda, o recebimento do produto ou serviço, podem ser executados da melhor maneira possível mas a não ser que o atendimento ao cliente seja incrivelmente bom, a organização corre um risco grande de perder negócios futuros, e não consegue reter o cliente (FREEMANTLE, 1994).

Figura 1 - Porque se perde um cliente



Fonte: (Unilogica, 2018).

É fundamental entender no entanto, que a qualidade do atendimento não se resume a tratar o cliente bem. É necessário superar suas expectativas, acompanhá-lo, ouvi-lo, acrescentar benefícios ao produto, acompanhar o uso dos serviços, solucionar suas solicitações de maneira simples e rápida. Segundo a pesquisa desenvolvida pela Unilogica, a figura 1 representa os principais motivos do porquê uma organização perde seu cliente.

O maior motivo (66%) trata-se do mal atendimento. Por isso, manter sua qualidade é algo extremamente importante.

A satisfação do cliente é importante não só para não perder clientes mas levando em consideração que esses são influenciadores no meio em que se encontram e podem trazer e reter mais clientes ou caso seja ruim, fazer com que mais clientes sejam perdidos.

Para que o qualidade do atendimento seja mantida, o fator humano é de extrema importância. Os colaboradores responsáveis tem que estar engajados, motivados e bem treinados, afinal, são o porta voz da organização e seu comportamento irá espelhar todas as relações dela.

### Motivação dos colaboradores

O outro lado da interação de uma gestão de qualidade total, é motivar os colaboradores. Eles têm de ter um ambiente agradável e todas as ferramentas necessárias para desempenhar sua tarefa, bem como tem de ter o devido reconhecimento pelo seu trabalho e eles têm de estar envolvidos nos processos da empresa a fim de sentir que fazem parte do todo.

Assim como ao mostrar interesse nos clientes, ao mostrar interesse nos colaboradores a organização consegue motivá-los, satisfazê-los, e isso irá refletir diretamente no atendimento ao cliente (WIERSEMA, 1996).

## 12º ENTEC – Encontro de Tecnologia: 16 de outubro a 29 de novembro de 2018

### *Diretrizes de um bom atendimento*

É possível guiar um bom atendimento seguindo algumas diretrizes. Dentre as principais é possível destacar:

- Treinamento aos colaboradores do atendimento;
- Deve-se mostrar interesse em resolver os problemas trazidos pelos clientes independente de qualquer coisa;
- Tratar os clientes como parceiros;
- Utilizar de pesquisas pós-venda para constatar possíveis falhas e verificar os acertos decorrentes do atendimento;
- Adotar medidas ou investir em softwares que auxiliem no atendimento e em todas as etapas do consumo do serviço ou produto (FREEMANTLE, 1994).

Portanto, o bom atendimento garante a captação de novos clientes e a retenção dos atuais, além de espelhar as intenções e relações da organização para seus consumidores.

Deve-se então ter uma preocupação com o atendimento, e com a qualidade dos serviços no geral, a concorrência hoje em dia é muito grande, e muitas empresas que não prestam um bom atendimento ao cliente não possuem um diferencial capaz de destacá-las das demais.

### **3 Conclusão**

Em um mundo globalizado em que a informação é democrática e de fácil acesso, os consumidores passaram a ser mais exigentes. É muito fácil conhecer inúmeros produtos ou serviços que são praticamente iguais, e a concorrência é muito grande. Se destacar em

meio a tanta variedade é uma tarefa muito difícil para as organizações.

Porém, há uma maneira de se diferenciar dos demais, é entender o cliente, saber de suas necessidades, ouvi-lo, saber o que ele espera da organização e ter a capacidade de satisfazê-lo e superar suas expectativas.

Para isso, o foco voltado ao cliente exige que se crie uma interface de comunicação entre o cliente e a organização bem consolidada. O atendimento ao cliente deve ser uma prioridade nas empresas que querem manter destaque dentre as demais. Além disso, o bom atendimento garante a conquista de clientes novos e a fidelização dos atuais.

Sendo uma das maiores causas de perdas de clientes, o mal atendimento deve ser evitado a todo custo.

Para que o bom atendimento ocorra, os colaboradores devem estar bem motivados e inseridos no contexto da empresa, sentir que fazem parte dela, só assim são capazes de refletir as características da organização.

Além disso saber entender as necessidades dos clientes, ouvi-los e ter interesse por resolver qualquer tipo de problema são a chave para o bom atendimento.

### **4 Referências**

ALBRECHT, Karl e BRADFORD, Lawrence.J. **Serviço com qualidade: a vantagem competitiva**. São Paulo: ed. 1992.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. São Paulo: Saraiva, 2007.

COSTA, Ariana de Sousa, SANTANA, Lídia Chagas de, TRIGO, Antônio Carrera. **Qualidade do Atendimento ao cliente**. 2015.

EXAME. **4 Coisas que os clientes realmente querem de você**. Disponível em: <Exame.abril.com.br/pme/noticia/4-coisas-que-os-cliente-realmente-querem-devoce>. Acesso em: 20 de outubro de 2018



## 12º ENTEC – Encontro de Tecnologia: 16 de outubro a 29 de novembro de 2018

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing**. 12. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

KOTLER, Philip e ARMSTRONG, Gary. **Princípios de Marketing**. 9. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2003.

KOTLER, Philip; HAYES, Tom e BLOOM, Paul. **Marketing de Serviços profissionais**. 2. ed. São Paulo: manole, 2004.

UNILOGICA. **6 fatos sobre como as empresas perdem clientes**. Disponível em: <<http://www.unilogica.com/blog/como-as-empresas-perdem-clientes/>>. Acesso em 20 de outubro de 2018.

WIERSEMA, Frederick D. **Intimidade com o cliente: um compromisso com os resultados de seus clientes**. Rio de Janeiro: Campus, 1996.