

**FACULDADE NOSSA SENHORA APARECIDA**

**CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

**TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

**A Qualidade no Atendimento ao Cliente**

Aluna: Lorranna Macedo de Oliveira

Orientador: Prof.º Me. Rafael Neves Flôres Belmont.

Aparecida de Goiânia, novembro de 2014

**FACULDADE NOSSA SENHORA APARECIDA**

**CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

**TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

## **A Qualidade no Atendimento ao Cliente**

Artigo apresentado em cumprimento às exigências para término do Curso de Administração sob orientação do Prof.<sup>o</sup> Me. Rafael Neves Flôres Belmont

Aparecida de Goiânia, novembro de 2014.

**FACULDADE NOSSA SENHORA APARECIDA**

**CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

**TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

Lorranna Macedo de Oliveira

## **A Qualidade no Atendimento ao Cliente**

Artigo apresentado em cumprimento às exigências para término do Curso de Administração sob orientação do Prof.º Me. Rafael Neves Flôres Belmont

Avaliado em \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_

Nota Final:(     ) \_\_\_\_\_

---

Rafael Neves Flôres Belmont - Professor Orientador

---

Jose Américo de Lacerda Júnior - Professor Examinador

Aparecida de Goiânia, novembro de 2014.

## Resumo

Este trabalho tem como objetivo mostrar a importância da qualidade em um atendimento ao cliente feito corretamente para qualquer empresa que deseja se manter com alta competitividade no mercado. O assunto será abordado através de pesquisas bibliográficas, onde será analisado o que é realmente de extrema importância para um atendimento bem programado e de qualidade para se obter a satisfação dos seus clientes. Nunca foi dada tanta atenção a esse assunto, como está sendo atualmente. A competitividade tanto no ramo de serviços quanto de produtos tem crescido absurdamente. E por isso a preocupação relacionada à satisfação do cliente está sendo abordada de uma maneira tão profunda.

**Palavras-Chaves:** Qualidade; Atendimento; Cliente; Satisfação.

## ABSTRACT

This work aims to show the importance of quality in a customer service done right for any company that wants to remain with high market competitiveness. The subject will be approached through literature searches, where it is analyzed what is actually extremely important for a well-planned and quality to obtain the satisfaction of its customers service. Was never given much attention to this issue, as is currently. The competitiveness in the service industry as of products has grown absurdly. And so there latered customer satisfaction concern is being addressed in such a profound way.

**Key Words:** Quality; Customer; customer; satisfaction

## Introdução

A concorrência que existe no mercado imobiliário leva as empresas a se preocuparem cada vez mais com a qualidade nos serviços prestados em relação a seus clientes, aonde essas empresas percebem a importância de criar estratégias para sempre manterem seus clientes satisfeitos com seus serviços.

Não podemos somente citar a qualidade no atendimento ao cliente, mas também, poderemos esclarecer algumas condições, como o que pode ser feito para que os funcionários tenham um bom desempenho e atendam os seus clientes com o comprometimento devido.

Os estudos focalizam essencialmente o trabalho dos funcionários, a hipótese de base (frequentemente implícita) é que a melhoria das condições de trabalho dos funcionários levaria 'automaticamente' ao aprimoramento do serviço prestado e, por consequência, à satisfação do usuário (FALZON&LAPEYRIÈRE, 1998, p. 69-90)

Assim, fatores principais que influenciam a atividade dos funcionários, atribuem um lugar de importância ao usuário no estudo das situações de atendimento.

Para Kotler (2000a. p. 61), a primeira tarefa de uma empresa é criar clientes, mas os clientes de hoje se deparam com um vasto universo de produtos, marcas, preços e fornecedores pelos quais precisa optar. Como os clientes fazem essas escolhas? Através das empresas que se diferenciam, dando um atendimento exclusivo aos seus clientes.

É necessário unir estes dois pontos e estabelecer nas empresas, o treinamento, e a definição de um atendimento padronizado e de um perfil para o profissional de atendimento, como forma de avançar no próprio negócio.

Neste artigo será realizado um estudo para esclarecer como poderíamos melhorar o atendimento em empresas de serviços, e como deverá agir para conquistar, fidelizar e fazer um atendimento com qualidade aos seus clientes, tendo como objeto de estudo a Imobiliária Viver Bem Empreend. Imob., a fim de identificar quais os principais problemas, e o motivo da insatisfação de seus clientes em alguns aspectos.

Para que tais objetivos sejam atingidos, lançarei mão de pesquisas bibliográficas e um estudo de caso, que será realizado dentro da empresa, mostrando suas deficiências e estudando como poderíamos melhorar o atendimento.

Sendo assim, também será realizada uma pequena pesquisa quantitativa. Esse tipo de pesquisa foi escolhido por dispor de um tipo de questionário em que os clientes e funcionários podem opinar sobre o melhor entendimento. Além disso, as pesquisas quantitativas são melhores para colher informações e atitudes conscientes dos entrevistados. São utilizados quando se sabe exatamente o que deve ser perguntado para que a entrevista atinja o seu objetivo principal.

### **O cliente**

O cliente é aquele que decide a compra de algum produto ou algum tipo de serviço, e esse produto ou serviço é oferecido pelas empresas. Existem dois tipos de clientes que são definidos como cliente direto, que é aquele que compra diretamente da empresa e poderá ser intermediário ou distribuidor; e o cliente final é aquele que compra para satisfação de uma necessidade sua ou de alguém para oferecer o bem.

Marques define de forma simples considerando que *“o cliente é uma pessoa que compra produtos da empresa, para próprio consumo, ou para distribuir estes produtos para consumidores finais, como a pessoa mais importante em qualquer tipo de negócio.”* (MARQUES, 2000, p.33).

O cliente é uma pessoa que precisa ser tratada com respeito. Seus objetivos quase sempre são sinceros e honestos e devem ser levados sempre a sério pelos colaboradores que compõem a linha de frente da empresa. Esses clientes sempre devem ter a atenção necessária que pedem e querem durante um bom atendimento, para que esse sempre tenha a confiança necessária para que ela possa voltar a esse estabelecimento e sempre ter a confiança de adquirir um bem ou serviço com essa empresa.

O cliente sempre será a pessoa mais importante da empresa, porque é ele que leva até ela suas necessidades, não se deve discutir com ele, porque a empresa depende dele para continuar as suas expectativas de vendas ou de serviços

prestador. Sem o cliente a empresa não tem “forças” para continuar progredindo e não conseguira atingir os objetivos que pretendem alcançar.

“O conceito de Cliente deve ser distinguido também do conceito de consumidor, os quais não são necessariamente coincidentes – numa situação em que alguém compra para oferecer, o cliente é esse alguém que compra enquanto o consumidor é quem efetivamente consome o bem oferecido.” (ENCICLOPÉDIA DE GESTÃO, 2014).

O cliente é fundamental para qualquer empresa, sendo ela de serviços ou de produto. Na Viver Bem Empreendimentos Imobiliários os clientes são tratados sempre com muito respeito, porém não com a eficácia que desejariam devido ao sistema de funcionamento da empresa. Não existe uma padronização dos serviços realizados.

### **Atendimento**

Qualquer empresa necessita de pessoas preparadas e com boa desenvoltura para recepcionar e atender seus clientes, pessoas importantes que são também são parceiros e garantem o sucesso e o lucro das empresas. Sendo assim, é necessário e importante um colaborador preparado, pois é estritamente importante um atendimento especial a esses clientes, e ninguém melhor que o profissional da empresa para criar uma boa impressão.

O atendimento envolve saber que os clientes querem ser ouvidos, atendidos, compreendidos e tratados de maneira inteligente e diferenciada. O profissional que faz o atendimento precisa saber ouvir com interesse o que o cliente necessita, informando e esclarecendo suas dúvidas, sempre com clareza e verdade. Na situação de não haver possibilidade de atender o que o cliente necessita, o melhor é oferecer possíveis opções à sua escolha.

Nesses tempos de grande competitividade no mercado, um bom atendimento ao cliente está além do que um sorriso no rosto. O bom atendimento ao cliente é uma combinação entre os elementos: qualidade, eficiência, custo do produto, distribuição e rapidez. Todos esses elementos são promotores

do ambiente que facilita a implantação ou conquista da fidelidade.(DALLEDONE,2008, p. 63)..

Toda Empresa deve ter sempre colaboradores preparados e eficientes para que o atendimento seja especial a esses clientes, e ninguém melhor e mais favorável do que um colaborador preparado para realizar esse atendimento.

O pré atendimento é o primeiro contato físico e visual com o cliente, e nesse primeiro contato que podemos estabelecer o perfil, o jeito e a linguagem a ser utilizada com esse cliente para que ele se sinta à vontade. É sempre essencial sorrir e saudar o cliente, tendo boas atitudes, para que esse cliente possa sempre retornar a empresa e se sentir confortável.

O atendimento envolve saber o que os clientes pretendem, para isso devemos sempre ouvi-los, tratá-los bem, compreende-los e tratá-los de maneira justa e personalizada. É o principal de tudo é sempre responder e tirar suas dúvidas, sempre com a verdade.

Segundo Bogman (2002. p. 42.), a qualidade do atendimento que a empresa oferece ao cliente pode determinar o sucesso ou o fracasso de um negócio. O contato de um funcionário com os clientes da empresa como um todo influenciará o relacionamento com a companhia.

Para que uma empresa se mantenha no mercado que hoje em dia é bastante competitivo, deverá oferecer e investir em treinamento e desenvolvimento. Atender bem e com qualidade parece ser uma tarefa difícil, porém se o atendimento for de qualidade, isso se torna um diferencial importante para a empresa.

Esse atendimento que sempre deve ser de boa qualidade e produtivo, nem sempre é possível; Por falta de treinamento dos colaboradores a Viver Bem por muitas vezes tem problemas com essa questão, na maioria das vezes, os funcionários nem sempre tratam os clientes como eles gostariam de ser atendidos.

### **Qualidade**

A qualidade de um serviço e/ou produto está sempre oscilando de cliente para cliente, onde cada um sempre terá uma necessidade diferente da outra. Sendo assim

um serviço para atender as necessidades e as expectativas do cliente, terá sempre que ter a qualidade certa para que esse cliente se sinta satisfeito.

A qualidade é a característica de desempenho de um serviço e também de um produto, que em conformidade com as especificações supera as expectativas do consumidor-cliente. Kotler (2000, p. 58) afirma que *“A qualidade também depende da qualidade de produtos e serviços. O que exatamente significa qualidade? Vários especialistas a definem como adequada para o uso”*.

Entende-se que essa totalidade dos atributos que compõem a satisfação do cliente está ligada desde o atendimento até o fechamento do negócio, onde o negócio pode ser finalizado com um produto de qualidade ou um serviço satisfatório. Não basta realizar um serviço, é preciso desenvolver um serviço de qualidade buscando a fidelidade do cliente. O cliente é o foco principal da empresa, é ele quem vai dar vida e inspiração para o desenvolvimento do empreendimento. Para isso é preciso conquistá-lo

Para Kotler (1931, p. 64) *“Qualidade é a nossa maior segurança na obtenção da fidelidade do consumidor, nossa defesa mais poderosa contra a concorrência estrangeira, e o único caminho para crescimento e ganho sustentados.”*

Na viver Bem, existe sim qualidade no atendimento, os colaboradores fazem muito para que isso sempre aconteça, para que assim seus clientes estejam e sejam bem atendidos.

Em um mercado aonde a concorrência é competitiva, a qualidade no atendimento se tornou fundamental para empresas que buscam conquistar clientes em uma relação aonde tanto quem vende produto e/ou serviço, quanto quem compra, podem ganhar com isso.

### **Capacitação e Treinamentos dos colaboradores**

Segundo Wormack (1992, p. 67), a nova forma de organizar o trabalho e a produção passa a exigir mão de obra capacitada e com maior nível de escolaridade formal, com maior apropriação de tecnologia e conhecimento, capacidade de decisão e responsabilidade pela concepção e execução de atividades, constituindo-se em elementos capazes de aumentar a capacidade competitiva das organizações.

Outro aspecto importante da capacitação é entendê-la como um conjunto de competências profissionais que significa englobar as noções do saber (conhecimentos), saber fazer (capacidade de transformar o conhecimento teórico em trabalho) e saber ser (dimensão comportamental- conjunto de habilidades, qualidades, competências). (GITAHY, 1994.p.34).

Com base nesses conceitos podemos concluir que o aperfeiçoamento, capacitação e desenvolvimento, são objetivos que o treinamento busca por sua vez embasar no objetivo maior da empresa, o qual permite alcançar a eficiência na qualidade do atendimento.

Desta forma, como concluiu Castro (1995) deve-se levar ainda em consideração que os padrões de capacitação são resultados e processos, a um só tempo. Resultado por expressar-se em qualidade ou credenciais de quem a possui, sendo porem socialmente construídas por ter toda ideologia subjacente, que define regras de restrição a ocupação.

É uma experiência aprendida que produz uma mudança relativamente permanente em um indivíduo e que melhora sua capacidade de desempenhar um cargo. Também é um processo educacional de curto prazo aplicado de maneira sistemática e organizado, através do qual as pessoas aprendem conhecimentos, atitudes e habilidades em função de objetivos definidos. (CHIAVENATO, 1999, p. 295)

Uma das principais deficiências em relação ao atendimento da viver bem, é a falta de treinamento dos colaboradores, se existisse treinamento e esses fossem mais capacitados, sem duvida alguma, a imobiliária, teria grande índice de satisfação por parte de seus clientes, já que esses é a principal e um dos maiores bens da empresa.

### **Satisfação de Clientes**

Para Kotler (2000a. p.78), a primeira tarefa de uma empresa é criar clientes, mas os clientes de hoje se deparam com um vasto universo de produtos, marcas, preços e fornecedores pelos quais precisa optar. Como os clientes fazem essas escolhas? Através das empresas que se diferenciam, dando um atendimento exclusivo aos seus clientes.

O alcance da satisfação do cliente é o resultado de um treinamento focado no cliente em satisfazer suas necessidades e superar suas expectativas. É sempre importante que se faça uma pesquisa para medir o nível de satisfação de cada cliente, De acordo com Kotler (2000) *satisfação consiste na sensação, de prazer ou desapontamento, comparada ao desempenho percebido de um produto em reação às expectativas daquele que compra.*”(Kotler 2000, p.58).

IMAGEM 1 – Fatores que Influenciam na Satisfação dos Clientes.



Fonte: Revista exame online, Estratégias de Fidelização, Abril. 2012.

A busca pela satisfação dos clientes da Viver Bem é algo de extrema importância, afinal, o que seria da empresa sem seus clientes.

Os colaboradores mesmo que sem o treinamento necessário para atendimento, buscam sempre uma forma de fazer com que seus clientes saiam de dentro da imobiliária, satisfeitos com o atendimento, e com o seu possível problema 100% resolvido. Buscamos sempre atender de forma clara, pois cerca de 70 % dos seus clientes são idosos e pessoas mais humildes, que muitas vezes não tem estudo para uma linguagem mais rebuscada, mais complicada. Então os colaboradores tem esse cuidado, para que esses clientes saiam com suas duvidas esclarecidas, e seus problemas resolvidos.

## **Análise**

Analisei na empresa, que o seu principal problema em termos de atendimento é devido à falta de espaço e a falta de equipamentos necessários para que possa ser feito um bom atendimento por parte dos funcionários.

Foi aplicado um questionário tanto para clientes, quanto para funcionários para medir o grau de satisfação de clientes, e o grau de condições de trabalho e motivação dos funcionários, sendo que foi feito o questionário com os 9 funcionários da empresa e com 12 clientes, cada um de um loteamento diferente.

Questionário aplicado aos clientes:

### **Sexo:**

Masculino ( )

Feminino( )

### **Idade:**

18 a 21 anos ( )

22 a 28 anos ( )

29 a 35 anos ( )

36 a 50 anos ( )

Outros ( )

### **Estado Civil:**

Solteiro(a) ( )

Viúvo(a) ( )

Casado(a) ( )

Divorciado(a) ( )

Outros ( )

01) Qual o seu grau de satisfação em relação ao atendimento na portaria?

( ) Muito Insatisfeito ( ) Insatisfeito ( ) Neutro ( ) Muito Satisfeito

( ) Satisfeito

02) Qual o seu nível de satisfação em relação aos serviços oferecidos pela Viver Bem?

( ) Muito Insatisfeito ( ) Insatisfeito ( ) Neutro ( ) Muito Satisfeito

Satisfeito

03) O que deve ser melhorado no atendimento do setor administrativo financeiro?

Rapidez  Flexibilidade  Comunicação

Resposta (solução de problemas)

04) O que deve ser melhorado em relação ao atendimento por telefone?

Rapidez  Flexibilidade  Comunicação

Resposta (solução de problemas)

05) O que deve ser melhorado dentro da imobiliária em geral para que possamos melhor atendê-lo?

Rapidez  Flexibilidade  Comunicação

Resposta (solução de problemas)

06) O que falta no ambiente da imobiliária para melhoria do atendimento?

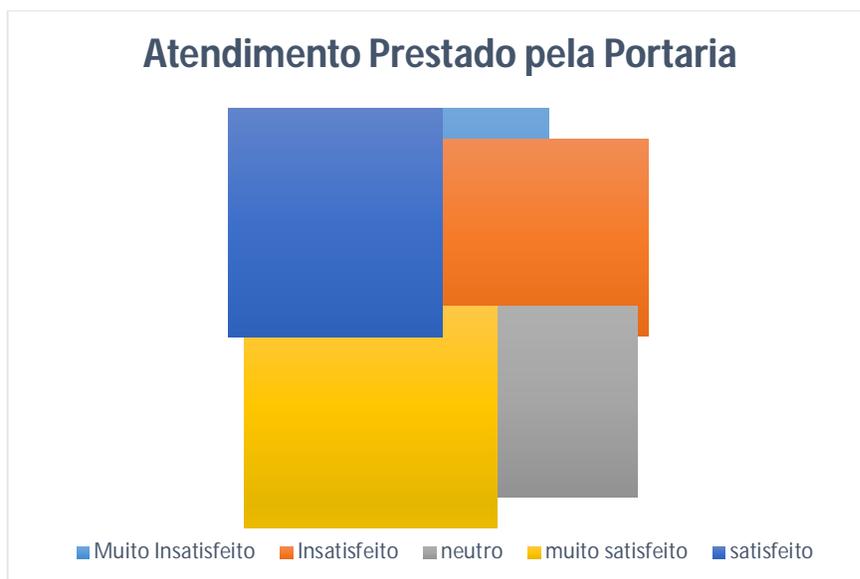
Espaço  Equipamentos  Funcionários

Com o questionário que foi aplicado para clientes, podemos observar através do gráfico que o atendimento a eles oferecidos estão sendo satisfatório, e que os atendentes na maioria das vezes (cerca de 90 %) resolvem os seus problemas, de maneira ágil e rápida dependendo do horário que eles procuram os serviços.

A principal reclamação desses clientes é devido à falta de funcionários e a falta de capacitação dos mesmos disponíveis para fazer um atendimento ágil e pratico sem demoras.

Uma das primeiras perguntas do questionário foi sobre o atendimento feito na portaria, que estão presentes no seguinte gráfico.

Gráfico 1



Fonte: Gráfico feito pela acadêmica.

O segundo gráfico retrata o nível satisfação dos clientes nos serviços oferecidos, como boletos bancários para efetuar o pagamento do bem adquirido, assinaturas de contratos e demais serviços.

Na pesquisa também foi levado em consideração que deve ser melhorado no atendimento administrativo financeiro, e chegamos aos seguintes resultados:

Gráfico 2



Fonte: Gráfico feito pela acadêmica.

Perguntamos a esses clientes o que deveria ser melhorado no atendimento por telefone e tivemos os seguintes resultados:

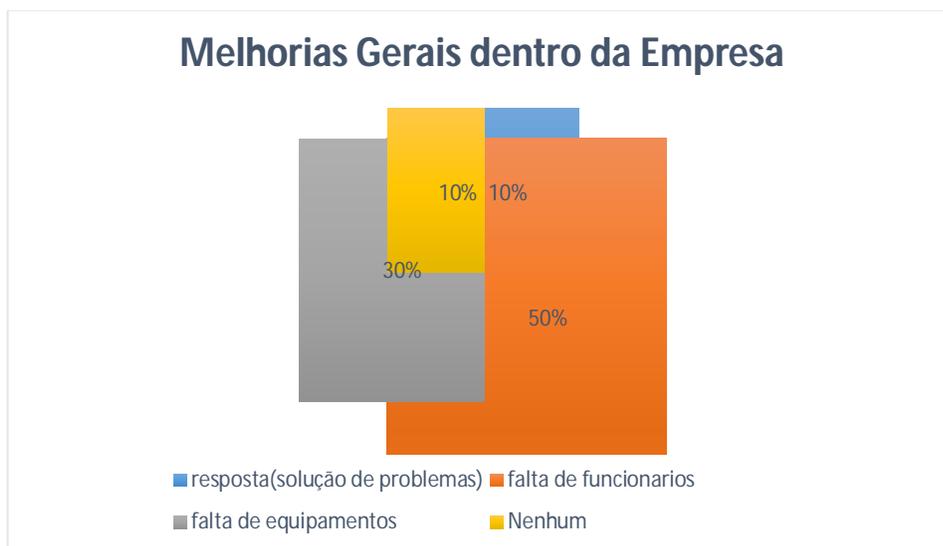
Gráfico 3



Fonte: Gráfico feito pela acadêmica.

Perguntamos a esses clientes o que deve ser melhorado dentro da imobiliária em geral, para que os clientes sejam atendidos com agilidade e com soluções de seus problemas, obtivemos os seguintes resultados:

Gráfico 4



Fonte: Gráfico feito pela acadêmica.

O que podemos observar durante este questionário aplicado para clientes é que o grau de satisfação da empresa está aceitável, e eles se adaptam ao atendimento, o maior problema identificado na empresa é a falta de funcionários para atender a grande demanda.

Lembrando que essas perguntas foram feitas para clientes da Viver Bem Empreendimentos Imobiliários, aonde cerca de 80% dos entrevistados são homens entre 25 e 50 anos de idade e cerca de 50% casados.

Foi feito também um questionário para medir o grau de satisfação dos funcionários e o grau de motivação desses em trabalhar nessa empresa.

Questionário aplicado aos funcionários:

**Sexo:**

Masculino ( )

Feminino( )

**Idade:** 18 a 21 anos ( ) 22 a 28 anos ( ) ( ) outros

29 a 35 anos ( ) 36 a 50 anos ( )

**Estado Civil:**

Solteiro(a) ( )

Viúvo(a) ( )

Casado(a) ( )

Divorciado(a) ( )

Outros ( )

01) Quais os motivos que fazem com que você trabalhe nesta empresa?

- ( ) Salários ( ) Empresa Bem Sucedida ( ) Possibilidade de Efetivação  
( ) Falta de Opção

02) O que falta no ambiente de trabalho para melhoria do seu desempenho profissional?

- ( ) Espaço ( ) Motivação ( ) Equipamentos ( ) Funcionários

03) Você possui um bom relacionamento com seus colegas de trabalho?

- ( ) Sim ( ) Não

Uma das perguntas a esses funcionários foi pra saber o porquê de estar trabalhando nessa empresa, concluímos que a maioria dos funcionários trabalham na empresa pelo salário, e pela possibilidade de efetivação. Como vemos no gráfico a seguir:

Gráfico 5



Fonte: Gráfico feito pela acadêmica.

Perguntamos a eles o que falta no ambiente de trabalho para melhoria do seu desempenho profissional, conseguimos os seguintes resultados:

Gráfico 6



Fonte: Gráfico feito pela acadêmica.

A falta de espaço no local de trabalho foi o que os funcionários colocaram como sendo o ponto mais crítico para o seu desenvolvimento profissional.

Pude perceber também que o relacionamento entre os colegas de trabalho e a convivência entre a equipe é um fator positivo já que o relacionamento é um dos melhores possíveis, havendo o fato do coleguismo, um sempre está ajudando o outro a realizar as tarefas dentro da empresa.

Podemos identificar nos questionários aplicados que a empresa é um ambiente tranquilo, com um atendimento eficiente e de qualidade, portanto clientes e funcionários possuem a mesma opinião em relação ao problema de infraestrutura. Ambas as partes relataram que para que a empresa tenha uma desenvoltura ainda melhor é necessário analisar a questão de espaço e a questão de estrutura física.

Para CARVALHO (1999, p. 233) o atendimento está ligado diretamente aos negócios que uma organização: *“O atendimento estabelece dessa forma uma relação de dependência entre o atendente, a organização e o cliente”*.

De acordo com os resultados da pesquisa podemos perceber que antes de tudo o bom atendimento, seja ele desde a portaria até o setor financeiro é imprescindível para que o cliente queira sempre voltar a ter nossos serviços, como diz o autor o cliente é a parte mais importante para os negócios de uma empresa, porém para sempre tê-lo conosco é necessário que busquemos sempre esta melhorando tanto com capacitação de colaboradores, quanto com espaço, para que o atendimento seja de qualidade e rápido.

Para que o atendente esteja sempre disposto a fazer esse atendimento com qualidade e para que ele sempre queira que esse cliente volte, é necessário que ele esteja motivado a fazer isso, para assim a empresa ficar satisfeita com o serviço que ele faz. Para que isso aconteça à empresa deve investir também em seus colaboradores, não somente para que eles trabalhem com qualidade, mais que esses colaboradores queiram estar ali trabalhando com qualidade, e atendendo bem o cliente, não só por causa de uma remuneração, mais porque ele quer fazer um atendimento de exigência.

## Considerações Finais

A área de atendimento ao público é uma área bastante grande, aonde podemos sempre conhecer pessoas de diversas idades, classes social, e culturas diferentes. Aonde podemos sempre estar também aprendendo com esses clientes e por que não estabelecer um vínculo de amizade dentro dos nossos serviços.

É muito satisfatório saber que com um simples atendimento, esse cliente possa sempre está contando com a gente para a realização de um sonho.

Foram utilizados vários teóricos como referência para a realização desse artigo, aonde se observou um contexto com bastante conteúdo, e foram retirados conhecimentos necessários para um bom atendimento, sendo que estes estão sendo desenvolvidos dentro da empresa para a sua melhoria.

Foi proposto na empresa, os seguintes requisitos que serão especificados abaixo:

- Aumento do espaço (o espaço é grande porém, mal aproveitado)
- Mais computadores e impressoras (os colaboradores estão sem equipamento para trabalho, devido ao espaço ser mal aproveitado)
- Treinamento para os colaboradores (apesar de preparados, precisam de mais iniciativas)
- Determinar os requisitos para atendimento (não existe uma coerência para se fazer o atendimento).

O público alvo que atendemos estão satisfeitos com a melhoria do nosso atendimento, pois este, depois de treinamento aos colaboradores e uma melhoria significativa no nosso espaço de trabalho, o atendimento ficou mais rápido, portanto mais produtivo.

Conclui-se que com o investimento em capacitação e treinamento dos colaboradores, aumenta se o crescimento profissional para que esse colaborador saiba atender esse cliente de modo que ele sempre queira utilizar nossos serviços e de modo que saibamos sempre ajuda-lo no que for necessário para que seu “problema” seja resolvido.

Ter qualidade no atendimento ao cliente é a parte de extrema importância, pois os clientes são peças de extremo valor e de profunda importância em empresas de serviços. Para que a excelência ocorra no atendimento é necessário um treinamento adequado para colaboradores, para que clientes estejam sempre satisfeitos com o atendimento, o serviço, e queiram sempre voltar, que queiram sempre os nossos serviços. A retenção e a fidelização de clientes são imprescindíveis para uma empresa, a qual deve sempre estar disposta e disponível a querer e fazer algo diferente para seus clientes.

Porem nos dias atuais e na viver bem, não esperamos o cliente estar ligando para poder fazer o serviço acontecer. Empenhamo-nos todos os dias para que os colaboradores estejam prontos e dispostos quando receberem uma ligação procurando assim resolver o questionamento de seus clientes, e tentando ajudá-lo da melhor forma possível, sendo que também não esperamos esse cliente ligar para reclamar do serviço, estamos sempre nos capacitando para que não haja telefones de reclamações.

O cliente depois de uma administração com qualidade é a parte mais importante da empresa, sem ele não é possível um negócio acontecer e ter sucessos. Segundo Chiavenato (2005, p. 209) “No negócio, o atendimento ao cliente é um dos aspectos mais importantes, sendo que o cliente é o principal objetivo do negócio.”

## Referências Bibliográficas

BOGMAN, Itzhak Meir. **Marketing de Relacionamento: estratégias de fidelização e suas implicações financeiras**. São Paulo: Nobel, 2002. P. 42.

CASTRO, Antônio Barros de. **O Plano Real e o Reposicionamento das Empresas**. São Paulo: Jose Olympio, 1995.

CARVALHO, Pedro Carlos de. **Administração Mercadológica**. 1. Edição. Campinas: Editora Alínea, 1999. p. 233

CHIAVENATO: **Gestão de Pessoas**. 2005. p. 209.

CHIAVENATO: **Gestão de Pessoas**. 1999. P. 295

DALLEDONNE, Jorge. **Gestão de Serviços: A chave do sucesso dos negócios**. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2008.

FALZON, P. & LAPEYRIÈRE, S. (1998). **L'usager et l'opérateur: Ergonomie et relations de service**. In **Le Travail Humain**, tome 61, no 1, pp. 69-90.

GITAHY, LEDA. **Inovação tecnológica, subcontratação e mercado de trabalho**. São Paulo em perspectiva, p.34, n.1, jan-mar 1994.

Enciclopédia de Gestão disponível em: [www.encyclopediadegestao.com](http://www.encyclopediadegestao.com). Acesso em 20 Abril de 2014.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing**. 10 ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000a.p-58

KOTLER, Philip. **Administração de marketing**. 10 ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000a.p.61.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing**. 10 ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000a.p.78.

KOTLER, PHILIP (1931, pg. 64) **Administração De Marketing**.

MARQUES, Fábio. **Guia prático da qualidade total em serviços**. São Paulo: APMS, 2000.p-33

WORMACK, J. P.; D.T.:D.A.A. **Máquina que mudou o mundo**. São Paulo: Campos 1992.p.67.