

O GRAU DE SATISFAÇÃO DOS CLIENTES: ESTUDO DE CASO EM UMA EMPRESA DO RAMO DE VESTUÁRIO

Graduação: Administração
Área temática: Ciências Humanas
Resultados: Final
Forma de apresentação: Poster

Anderson Rodrigo Petry¹ - Dorneles Sita Fagundes²

RESUMO

O presente estudo tem como tema a satisfação dos clientes, um assunto muito importante na atualidade, visto que as organizações estão inseridas em um cenário de frequentes mudanças, dependem de seus clientes para sobreviverem e precisam a todo momento buscar estratégias. O estudo visa subsidiar situações futuras e ampliar o conhecimento acerca do assunto, dessa maneira, tem como objetivo geral conhecer o nível de satisfação dos clientes de uma empresa do vestuário nos municípios de Igrejinha/RS e Gramado/RS. Esta pesquisa, quanto ao método de abordagem, foi dedutiva, quanto ao procedimento monográfico e aos objetivos, exploratória, quanto aos procedimentos técnicos, correspondeu a um estudo de caso múltiplo, bibliográfico e quantitativo. Para a obtenção dos dados, foi aplicado um questionário com perguntas de múltipla escolha, composto por dez questões. A amostra foi não probabilística por acessibilidade, e atingiu o total de 100 pessoas, sendo essas clientes das unidades de Igrejinha/RS e Gramado/RS, escolhidas de forma aleatória. Concluiu-se que atender às necessidades e expectativas dos clientes é essencial para a sobrevivência das organizações, que devem traçar planos para retê-los. Um bom atendimento e a qualidade do produto/serviço contribuem para a satisfação dos clientes. As empresas devem realizar frequentes pesquisas de satisfação com os clientes, para obterem dados que possibilitem sua mensuração, trabalhar os pontos fracos e valorizar os pontos fortes.

Palavras-chave: Satisfação. Clientes. Estratégias. Fidelização.

REFERÊNCIAS

KOTLER, Phillip. ARMSTRONG, Gary. Princípios de Marketing. 15. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2015.

¹ Acadêmico das Faculdades Integradas de Taquara. andersonpetry@sou.faccat.br

² Professor orientador das Faculdades Integradas de Taquara. dorneles@faccat.br



FUTRELL, Charles. Vendas: Fundamentos e novas práticas de gestão. São Paulo: Saraiva, 2003.

LAS CASAS, Alexandre. Administração de Marketing: conceitos, planejamento e aplicações à realidade brasileira. São Paulo: Atlas, 2006.