

GESTÃO DE MARKETING: ANÁLISE DE ATENDIMENTO DE UMA LOJA FRANQUEADA DE TELEFONIA DA CIDADE DE GOVERNADOR VALADARES

RESUMO

Em um mercado cada vez mais concorrido e exigente onde preço e qualidade não são mais diferenciais, as empresas devem inovar e buscar estratégias para fidelizar e conquistar novos consumidores. O atendimento das empresas de telefonia em todo país são recordistas em reclamações e insatisfações. O objetivo do trabalho é mensurar a satisfação dos consumidores no que se refere ao atendimento de uma loja franqueada de telefonia da cidade de Governador Valadares, no serviço prestado desde a abordagem inicial ao seu pós venda, através de uma pesquisa de satisfação realizada para verificar as necessidades dos consumidores, levantar as principais falhas dos atendentes e apresentar estratégias dentro das ferramentas de Gestão de Marketing para melhorar o atendimento oferecido. Nos dados coletados nas pesquisas houve um alto índice de reclamação dos usuários quanto ao atendimento recebido, sendo apresentada a proposta ao gestor para trabalhar esse aspecto através de avaliações de competências, treinamentos de capacitação, dinâmicas em equipe e programas de reconhecimento motivacionais. A fidelização dos consumidores a empresa será possível com a parceria repleta de confiança, cooperação e comprometimento entre as partes envolvidas. Destaca-se cada vez mais no mercado as empresas que são solucionadoras de problemas, não vendedoras de produtos ou serviços.

PALAVRAS-CHAVE: Gestão de marketing, Atendimento, Qualidade, Clientes e Fidelização.

INTRODUÇÃO

O desenvolvimento desse trabalho tem por objetivo apresentar através de estudos e análises, como a gestão de marketing pode contribuir para a melhoria no atendimento oferecido aos consumidores de uma loja franqueada de telefonia na cidade de Governador Valadares.

O atendimento de qualidade oferecido aos consumidores é um grande aliado das empresas para conquistar seu espaço e obter vantagem competitiva no mercado atual, onde a disputa é cada vez mais acirrada. As organizações que pretendem alcançar o retorno financeiro devem priorizar a qualificação dos profissionais que representarão a imagem da empresa, ofertando seus produtos ou serviços aos consumidores, que procuram atendimento de qualidade, informações claras e concisas e não somente marcas e/ou valores.

Segundo dados da pesquisa realizada de janeiro a setembro de 2014 pela Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), os índices de desempenho de atendimento (IDA) apresentados demonstram que 41% das reclamações registradas pela agência são insatisfações nos serviços de telefonia celular, seguido de 32% dos serviços de telefonia fixa, 16% banda larga e 11% TV por assinatura.

O atendimento das empresas de telefonia em todo país são recordistas em reclamações e insatisfações, esses aspectos serão apresentados e avaliados no trabalho em questão para entendermos e sugerirmos métodos baseados nas ferramentas de gestão de marketing que sejam eficientes e possam minimizar esses impactos negativos na empresa estudada. A competitividade entre as empresas de telefonia aumenta a cada dia e os clientes buscam a satisfação através do atendimento de qualidade. O consumidor é peça fundamental para o desenvolvimento e crescimento das organizações e é necessária uma percepção de suas necessidades para garantir o retorno financeiro como resultado.

A satisfação de sentir-se bem em uma empresa através do atendimento de qualidade para vários consumidores é a melhor forma de conduzi-los a compra de outros produtos de necessidade secundária, agregando valor à negociação. Todo o processo de atendimento de qualidade, desde a abordagem até o pós-venda demonstra a importância dada a cada um de seus consumidores, buscando entender suas necessidades. Segundo Campos (1992), "um produto ou serviço de qualidade é aquele que atende perfeitamente de forma confiável, de forma acessível, de forma segura e no tempo certo às necessidades do cliente".

Diante desses aspectos analisa-se e apresenta-se: como a gestão de marketing pode contribuir para a melhoria na qualidade do atendimento de uma loja franqueada de telefonia de Governador Valadares?

METODOLOGIA

O estudo será realizado em uma loja franqueada de telefonia situada na cidade de Governador Valadares, Minas Gerais. Para a elaboração deste trabalho utiliza-se a pesquisa exploratória descritiva qualitativa e quantitativa, cujo objetivo é analisar, registrar, classificar, interpretar os dados, sem interferir nos resultados. Segundo Oliveira (2008, p. 59), "o estudo descritivo possibilita o desenvolvimento de um nível de análise em que se permite identificar as diferentes formas dos fenômenos, sua ordenação e classificação".

Como instrumento para levantamento de dados será aplicado questionário com observações, tal instrumento possibilitará o levantamento de informações e percepções por parte das pessoas envolvidas no processo em estudo.

Segundo Vergara (2005), a finalidade da pesquisa é alcançar resultados positivos, buscar informações, analisá-las e tratá-las de acordo com o direcionamento dos dados coletados. Esses dados poderão ser analisados de forma qualitativa e quantitativa através de métodos estatísticos.

Os dados para amostragem serão obtidos através de uma loja franqueada de telefonia da cidade de Governador Valadares observando o sigilo administrativo de não divulgar o nome da empresa, que cederá no número total de clientes de atendimentos realizados no segundo semestre de 2014 e primeiro semestre de 2015. O número de clientes será apurado pela quantidade de questionários emitidos no período da pesquisa, fazendo a ressalva que o mesmo cliente poderá responder questionário mais de uma vez neste período. Portanto, no presente estudo, os dados serão analisados de forma quantitativa em relação aos questionários.

No âmbito qualitativo serão avaliadas as pesquisas em caráter exploratório, incentivando os entrevistados a apontarem os pontos de melhoria para a empresa, com questões abertas obtendo respostas de forma espontânea. Essas opiniões serão registradas em relatório *on-line* pela ferramenta utilizada destacando opiniões, comentários e frases mais relevantes avaliadas posteriormente para andamento do trabalho.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

A pesquisa aplicada na empresa franqueada de telefonia de Governador Valadares atingiu o público de 101 clientes da operadora. Realizada através de formulários impressos e disponibilizados no interior da loja, utilizou-se também de *links* enviados por redes sociais e *e-mails* para os usuários. A ferramenta que possibilitou a consolidação das informações obtidas na pesquisa foi o *google drive*, bem como todos os dados para os gráficos e informações levantadas.

A operadora tem um nome e marketing muito forte, porém está com a imagem debilitada devido às reclamações dos consumidores quanto à queda de sinal, baixa velocidade de internet, entre outros problemas que impactam no resultado da loja. A franqueada não possui autonomia ou condições de solucionar esses problemas, no entanto, no que cabe a imagem da loja de Governador Valadares, o atendimento recebeu muitas reclamações e este aspecto poderá ser tratado de modo a trazer resultados positivos se a empresa disponibilizar-se a investir e capacitar um dos seus principais recursos, o capital humano.

Em um mercado altamente competitivo a qualidade do atendimento tornou-se um diferencial para as organizações na conquista de uma imagem positiva. Através de estudos e pesquisas realizadas afirma-se que são vários os métodos de melhoria no atendimento. Quanto ao capital humano destacam-se os treinamentos internos para desenvolvimento de habilidades e competências, treinamentos para capacitação profissional, trabalhos em equipe e para estreitar a relação entre os consumidores e organização dentre as ferramentas da gestão da qualidade apresenta-se a pesquisa de satisfação e o CRM.

A pesquisa de satisfação aponta os aspectos mais relevantes para o consumidor de acordo com o quadro 1, fornecendo a organização informações que possibilitem tratar diretamente os principais problemas da loja.

QUADRO 1: Propostas de melhoria

Problema	Proposta de melhoria	Resultado a ser alcançado
Demora no atendimento	Avaliação de competência	Colaborador será direcionado ao setor onde conseguirá maior rendimento e agilidade.
Falta de conhecimento dos atendentes	Aplicação de treinamentos para qualificação profissional	Demonstrar segurança e confiança nas informações dadas ao cliente.
Dificuldade para entender as necessidades dos clientes	Desenvolvimento de habilidades e competências	Poder de barganha, negociação e sondagem da real necessidade dos clientes.

Colaboradores dispersos em horários de trabalho	Trabalhos em equipe	Integrar a equipe a missão da empresa para que entendam a importância da participação e comprometimento de cada um.
Reclamações não chegam à gerência.	Pesquisa de Satisfação	Levantamento e análise de dados da imagem que a empresa passa ao consumidor, se a imagem passada é a que a empresa deseja ter no mercado. Direcionamento para os principais problemas na visão do consumidor.
Muitos clientes insatisfeitos	CRM	Estreitar relações entre o consumidor e a organização, favorece a fidelização e um cliente satisfeito é um excelente indicador pela qualidade oferecida.
Fluxo desorganizado no atendimento	Dispensador automático ou manual de senhas	Organizar atendimento por ordem de chegada e fluxo de clientes.

Fonte: Dados da pesquisa

Apresenta-se como método mais importante a ser realizado pela empresa na implantação de melhorias a aplicação de treinamentos de qualificação para os funcionários. Observa-se pelos dados coletados na pesquisa que a maioria dos problemas da loja estão relacionados ao mau atendimento, falta de conhecimento dos atendentes, que não esclarecem corretamente as dúvidas, e não resolverem por completo as necessidades dos consumidores. Para a aplicação do treinamento é necessária a avaliação de competência dos profissionais envolvidos para que o treinamento seja direcionado as reais necessidades dos colaboradores, essa avaliação poderá ser realizada pelo supervisor ou gerente responsável pela loja, abordando os principais e mais relevantes aspectos para o desenvolvimento daquele profissional, para que se faça um comparativo entre qual o comportamento profissional que a loja precisa e qual é o real desenvolvido por cada colaborador, o ideal é que essa avaliação seja realizada individualmente, dividida entre teoria e prática.

Após realizada a avaliação deverá ser feito pelo gestor responsável um levantamento dos aspectos comuns que os colaboradores precisarão desenvolver para se qualificarem, como treinamentos para que apresentem melhor um plano ou serviço novo, desenvolvimento de técnicas de abordagem, negociação, comunicação, e esses aspectos deverão ser trabalhados de forma a integrar o colaborador a missão da empresa. O clima organizacional é um dos principais diferenciais das grandes empresas, funcionários que se sentem integrados a missão trabalham motivados e tem um percentual de rendimento excelente, a competência deve ser agregada aos benefícios de se trabalhar em uma determinada empresa ou o desenvolvimento do colaborador ficará limitado.

Como incentivo motivacional a empresa pode oferecer reconhecimento destacando o funcionário do mês, oferecendo plano de carreira e benefícios, mas nenhum benefício trará resultado se a equipe não estiver integrada com a missão da empresa tendo como foco a visão. O aspecto que trata a questão de relacionamento é hoje um dos mais abordados em palestras, revistas e reuniões em busca de uma equipe integrada. O relacionamento entre a organização e seus fornecedores deve ser de parceria, ganha-ganha, e não diferente disso com seus consumidores. As empresas se preocupam em *prospectar*, mas são ineficazes em manter os clientes de sua cartela, reconquistar é três vezes mais caro que manter o consumidor.

Propõe-se para a gestão de relacionamento dos clientes o CRM, que possibilita manter contato e histórico do consumidor com a empresa, há versões gratuitas que poderão ser utilizadas para início do projeto. O CRM proporciona a todos os colaboradores acesso as informações, necessidades, produtos ou serviços que o consumidor adquiriu na organização. No campo observações é possível acrescentar dados subjetivos como a forma que alguns consumidores preferem ser chamados, mais ou menos formal, o comportamento que o consumidor teve em determinada situação, entre outras informações.

A aplicação dessas ferramentas oferecerá desenvolvimento à loja franqueada. A qualificação de seus profissionais permitirá um melhor atendimento dos seus consumidores, oferecerá segurança, transparência e qualidade nas vendas. Com o comprometimento da equipe todo o investimento feito nesses treinamentos retornará em satisfação dos clientes e no retorno financeiro desejado.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As empresas de telefonia possuem um alto índice de reclamações quanto ao atendimento prestado pelos colaboradores aos usuários, tornando o atendimento de qualidade um diferencial nesse seguimento, a gestão de marketing auxilia a tratar esses aspectos para melhorar a qualidade do atendimento.

A gestão de marketing contribuirá na qualificação dos profissionais envolvidos no atendimento, na integração da equipe e na busca de melhores resultados, ajudará a loja franqueada a melhorar o índice de satisfação dos consumidores tornando-a mais competitiva no seguimento de telecomunicações em Valadares e região.

Conforme dados coletados em pesquisa de satisfação, verificou-se que as principais necessidades dos consumidores que frequentam a loja são produtos, serviços ou informações que ofereçam soluções aos seus problemas.

Os principais pontos de melhoria conforme as respostas apresentadas na pesquisa estão relacionadas ao atendimento prestado pelos colaboradores, que deverão passar por programas de capacitação profissional, para que os consultores de venda consigam entender as necessidades dos consumidores antes de atender, se tornarem solucionadores de problemas e não vendedores de produtos ou serviços.

Apresentou-se como ferramentas de melhoria, que o gerente realize pesquisas de satisfação com os consumidores, avaliação de desempenho para mensurar o conhecimento e habilidades dos colaboradores, treinamentos de qualificação, dinâmicas em equipe, central de relacionamento com o consumidor, baseadas na gestão de marketing.

Conclui-se que para que a empresa consiga obter maiores retornos a curto prazo com baixos investimentos é necessária a qualificação do atendimento dos seus colaboradores. O treinamento desses profissionais oferecerá segurança aos atendentes na hora do atendimento desde a abordagem ao pós venda, garantindo satisfação dos clientes que procurarem a loja franqueada de Governador Valadares.

REFERÊNCIAS

_____, **ACESSO à informação. 2018.** Disponível em: < <http://www.anatel.gov.br/consumidor/reclamacao-denuncia-ou-pedido-de-informacao> > . Acesso em 30 de Ago. 2018.

_____, **ANATEL propõe que reclamações sejam resolvidas em até 5 dias úteis.** 2013. Disponível em: < <http://tecnologia.uol.com.br/noticias/redacao/2013/04/11/anatel-propoe-que-reclamacoes-sejam-resolvidas-em-ate-5-dias-uteis.htm> > . Acesso em 31 de Ago. 2018.

CAMPOS, Vicente Falconi. **Gerência de qualidade total: estratégia para aumentar a competitividade da empresa brasileira.** Rio de Janeiro: Bloch Ed., 1940.

_____, **MANUAL de normas para elaboração de projetos e monografias.** 2015 Disponível em: <http://fio.edu.br/manualtcc/co/6_Referencial_Teorico.html>. Acesso em 31 de Ago. 2018.

OLIVEIRA, Silvio de. **Tratado de metodologia científica: projeto de pesquisas TGI, TCC monografias.** Dissertações e teses. São Paulo: Pioneira, 1997.

_____, **RECLAMAÇÕES por serviços.** 2017. Disponível em: < http://www.anatel.gov.br/consumidor/index.php?option=com_content&view=article&id=163&Itemid=384 > . Acesso em 31 de Ago. 2018.

_____, **RESOLUÇÃO nº 477, de 7 de agosto de 2007.** [s.l.]: [s.n.], [2007]. Disponível em: < <http://www.anatel.gov.br/legislacao/resolucoes/2007/9-resolucao-477> > . Acesso em 31 de Ago. 2018.

_____, **RESOLUÇÃO nº 632, de 7 de março de 2014.** Disponível em: < <http://www.anatel.gov.br/legislacao/resolucoes/2014/750-resolucao-632> > . Acesso em 31 de Ago. 2018.

_____, **SERVIÇO de telefonia gera insatisfação em 87,3% dos usuários em Manaus.** 2013. Disponível em: < <http://g1.globo.com/am/amazonas/noticia/2013/11/servico-de-telefonia-gera-insatisfacao-em-873-dos-usuarios-em-manaus.html> > . Acesso em 30 de Ago. 2018.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projeto e relatório de pesquisa em administração.** 12. ed. São Paulo: Atlas, 2005. p. 42.