

ANA JÉSSICA ROSA DE OLIVEIRA

LUIZ THIBÉRIO LOPES MUNIZ

**A SATISFAÇÃO DO CLIENTE NA PÓS-VENDA. ENTREGA E MONTAGEM
DAS LOJAS H ELETRO VARIEDADES.**

Relatório apresentado em cumprimento às exigências da disciplina de Estágio Supervisionado II, do Curso de Administração, da Faculdade Luciano Feijão, orientado pela Prof.^a Priscila Porto.

SOBRAL/2015

SUMÁRIO

1. 1. APRESENTAÇÃO DA EMPRESA	03
Histórico.....	03
Missão	04
Visão	04
Valores	04
Estrutura Organizacional	05
Formal	05
Informal	06
1. 2. DEFINIÇÃO DO TEMA E DOS OBJETIVOS DA CONSULTORIA	07
Diagnóstico	07
Metodologia	07

Análise do Resultados	08
Problema	08
Tema	08
Objetivo Geral	08
Objetivos Específicos	08
1. 3. PROPOSTA DE SOLUÇÃO	09
2. 4. AVALIAÇÃO DAS ALTERNATIVAS	10
3. 5. ESCOLHA DA MELHOR ESTRATÉGIA	11
4. 6. ELABORAÇÃO DO PLANO DE TRABALHO- 5W2H	11
5. 7. CRONOGRAMA DE ATIVIDADES	12
6. 8. CONCLUSÃO	13
7. 9. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	14

1. 1. APRESENTAÇÃO DA EMPRESA

Histórico

A Loja H Eletro variedades fundada em 10/07/1998 na cidade de Santa Quitéria-ce Brasil, de propriedade de José Agamenon Silva, tendo em vista a falta de opções na compra de móveis e eletrodomésticos na cidade implantou sua a primeira loja na cidade, especializada neste ramo do comércio, com o prédio alugado na Rua João Pinto de Mesquita e apenas dois funcionários, permanecendo no mesmo por três anos, tendo em vista que o ponto comercial já estava pequeno para o seu empreendimento. Mudou-se para a R. Adroaldo Martins com prédio ainda alugado, mas com uma capacidade maior para negócio contava com maiores instalações 1º e 2º andares para maior conforto dos clientes, permanecendo no mesmo por mais sete anos, nesse período entrou em sociedade com Paulo Araújo abrindo a primeira filial e Missão Velha- CE. Também com prédio alugado e explorando um mercado na cidade ainda pouco visto, tempo depois mais uma sociedade agora com Roberto Silva e Paulo Araujo a terceira loja na cidade de Barro - CE. Agora com três lojas, no ano de 2007 começa a construção do

prédio próprio localizado na Rua João Rodrigues Pinto, na mesma época, outra proposta de sociedade na cidade de Jardim- CE, com Fabio Silva, Roberto Silva e Paulo Araujo assim a quarta loja foi aberta, as novas instalações da loja matriz ficam prontas com três pisos sendo dois para exposição de produtos e um para depósito, agora já contava com um quadro de funcionários com oito pessoas, com prédio próprio o proprietário viu mais uma oportunidade de crescimento a venda externa nos distritos da cidade devidos muitas vezes a falta de transporte para a sede do município.

Vendo a grande oportunidade de negócio na venda externa pouco depois abriu um ponto de apoio na cidade de Varjota-CE, na cidade de Hidrolândia-ce, e algum tempo depois na cidade de Reriutaba-CE. Logo foram transformadas em lojas, mas as vendas externas nos distritos continuaram. No ano de 2009 a loja de Missão Velha também ganha suas instalações próprias, um prédio amplo e arejado, para maior comodidade de clientes. Os sócios resolvem abrir uma nova filial Barbalha- CE, agora com agora já com a sétima filial mas não abrindo mão das vendas externas nos distritos de Santa Quitéria abriu um ponto de apoio no distrito de Macaraú e logo depois nos municípios de Tamboril, Pires Ferreira e Independência. Nesses dezesseis anos de história das lojas H Eletro Variedades conquistou vários prêmios de opinião pública, patrocina eventos culturais, incentiva funcionários a cursos e reciclagem melhorando o atendimento e prezando pelos seus clientes. Hoje conta com 25 funcionários (matriz), e mais 3 estagiários do projeto Meu Primeiro Emprego com parceria da CDL local, tem 250 fornecedores cadastrados e mais de 13.000 clientes cadastrados em uso. Têm planos para abrir logo mais um posto de atendimento no distrito de Lisieux. É uma loja que ajuda na economia de várias regiões, em especial do município de Santa Quitéria.

Missão.

Promover inovações no conceito de móveis e eletrodomésticos, levando ao mercado produtos com design, alta qualidade, com o foco na satisfação do cliente e nos objetivos da empresa com rentabilidade.

Visão.

Ser um referencial no mercado na venda de móveis e eletrodomésticos residenciais com alta qualidade, design e sustentabilidade, buscando satisfação e confiança dos clientes.

Valores.

- Inovação
- Ética
- Parceria
- Integridade
- Confiança
- Preço baixo
- Qualidade
- Sustentabilidade
- Respeito ao cliente
- Bom atendimento

Estrutura Organizacional

A empresa possui instalações próprias no centro da cidade de Santa Quitéria, estrutura física ampla com três andares e um anexo que serve de depósito, sua organização formal é de forma vertical tendo a direção, setor administrativo, financeiro, montagem, entrega, venda.

SETOR	QUANTIDADE DE FUNCIONARIOS
ADMINISTRATIVO	03 (TRÊS)
FINANCEIRO	03 (TRÊS)
MONTAGEM	08 (OITO)
ENTREGA	05 (CINCO)
VENDA	05 (CINCO)
DIREÇÃO	01 (UM)

Todos os setores trabalham de forma integrada, a fim de melhorar o desempenho e das vendas e o aumento dos lucros. Todos sabem suas responsabilidades e sua importância para o bom funcionamento da empresa. As informações e as formas de trabalho são repassadas pelos gerentes.

O organograma da empresa é *vertical* (ou clássico) - mais usado para representar claramente a hierarquia na empresa;

A organização informal

De uma maneira geral as relações na empresa são pacíficas e bem resolvidas mesmo quando um funcionário age de uma maneira que não condiz com os mesmos. A participação do dono da empresa nas relações de trabalho é de forma bem amistosa.

No que diz respeito a entrega da mercadoria, o funcionário responsável informa aos entregadores de maneira bem amigável e com atenção as informações necessárias para execução dos trabalhos, mais mesmo com essa atenção os entregadores ainda não fazem o seu serviço de maneira correta. O gerente da empresa procura ter uma relação com seus colaboradores bem comunicativa e participativa, busca sempre ouvir opiniões dos mesmos, mesmo não levando muito em conta o que eles falam.

2. DEFINIÇÃO DO TEMA E DOS OBJETIVOS DA CONSULTORIA

Diagnóstico

Na pesquisa realizada na loja H Eletro Variedades pode-se observar que 30% dos clientes que responderam ao questionário, não estão satisfeitos com os devidos cuidados em relação a mão de obra humana (montadores), ou seja, a falta de cuidados que os montadores tem com sua mercadoria.

Com os resultados da pesquisa a empresa quer priorizar a diminuição dos problemas nesse setor, já que os resultados não estão dentro das expectativas da empresa, que busca sempre satisfazer seus clientes de forma simples, mas objetiva.

Metodologia

O trabalho foi realizado em forma de pesquisa qualitativa, realizando uma pesquisa com clientes da loja H Eletro Variedades na primeira semana do mês de setembro de 2015 na forma de questionário, que proporcionaram dados que permitiram a compreensão do problema nos setores estudados, e que apontaram possíveis soluções para melhoria da qualidade dos serviços nos setores estudados.

Quanto aos dados, foram coletados através de um questionário com 8 questões aplicados à 36 clientes dentro da loja no momento da compra . que identificou os índices de satisfação dos clientes.

Análise dos resultados

Com os resultados da pesquisa podemos observar que 75% dos entrevistados estão satisfeitos com a entrega dos produtos e 25% não gostaram do serviço devido à demora e a falta de cuidado com relação à mão de obra humana (montadores).

Identificou-se que falta da parte administrativa maior organização no agendamento das entregas e na escala de montadores no intuito de reduzir as reclamações com atrasos e danificações no momento da montagem. Setor não dispõe de peças para substituição imediata já que as mesmas na grande maioria das vezes vêm de outros estados, aumentando o índice da reclamação com garantia de produtos.

Problema

Priorizando o serviço de entrega e montagem dos produtos deseja saber se os serviços de montagem e entrega de mercadorias estão dentro daquilo que a empresa se propôs no momento da venda e se os clientes estão satisfeitos com a maneira que o mesmo é feito, já que existem clientes insatisfeitos é que gera uma imagem negativa. Consumindo da organização tempo e recursos para defender a empresa junto aos atuais e futuros clientes.

Insatisfação dos clientes com a entrega e montagem dos serviços da loja H eletro variedades.

Tema

A Satisfação do Cliente no pós – venda, entrega e montagem das Lojas H Eletro Variedades.

Objetivo Geral

O objetivo geral desse estudo é identificar possíveis melhorias com relação a entrega e montagem dos produtos das Lojas H Eletro Variedades.

Objetivos Específicos

- Reduzir o tempo de entrega dos produtos;
- Elaborar as estratégias de melhoria da qualidade do setor de montagem;
- Tomar medidas para entender o Cliente.

3. PROPOSTA DE SOLUÇÃO

As organizações devem buscar um diferencial em relação ao seu concorrente através da qualidade dos serviços prestados. De acordo com Hoffman (2003, p. 358), “a diferenciação entre concorrentes em um mercado pequeno esta ligado a qualidade dos serviços prestados, possibilitando compras repetitivas e a retenção dos clientes existentes”.

Proposta 1: Para diminuir o tempo de entrega das mercadorias, uma escala de funcionários que deve ser organizada, por ordem de compra, bairro e tamanho do objeto, já que produtos de menor porte podem ser entregues de outras maneiras e em outros veículos de menor porte e mais rápidos (motocicleta, bicicletas). Um bom atendimento, uma boa solução de projeto, condições flexíveis de negociação, montagem do móvel de acordo ao combinado, cumprimento de prazos e um pós-venda contribuem para a satisfação final do cliente, possibilitando a recompra e a indicação (GOUVEIA, 2012).

Proposta 2: Melhorar na qualidade e agilidade do serviço de montagem da seguinte forma, a empresa firmar parceria com um de seus fornecedores que trarão profissionais especializados na área para curso de montagem gratuito, nas dependências da loja. Onde são abordadas questões como: produtos sem arranhões, qualidade da montagem, ferragem, parafusos específicos para cada tipo de produto, pintura corretiva etc. Conforme os autores Jones e Suh (2000), a implantação de melhorias nos processos, Produtos e serviços são uma das principais atividades estratégicas de qualquer organização.

Proposta 3: Conhecer os clientes e suas necessidades para gerar satisfação após a venda dos produtos da empresa. Conforme Las Casas (2002) ,não é somente para a fase inicial dos negócios que necessitamos conhecer e entender nossos consumidores, mas principalmente para medir a sua satisfação em situações de pós-venda.

4. AVALIAÇÃO DAS ALTERNATIVAS

Avaliação das Propostas 1, 2 e 3.

Proposta 1: No que se refere ao serviço de entrega o cliente aguarda que seja feito na data prevista, caso o serviço não aconteça o esperado o cliente ficará insatisfeito. Com a implantação dessa proposta de melhorar o tempo de entrega pode trazer algumas vantagens, como; a chance de obter clientes satisfeito é maior, pois irá diminuir a quantidade de mercadoria acumulada a ser entregue, pode também obter pontos negativos, como; o compromisso da empresa com o cliente irá aumentar cada vez mais e pode correr o risco de obter mais reclamações, caso os funcionários não cumpram com o que foi estabelecido.

Proposta 2: No serviço de montagem os clientes esperam um serviço de qualidade e no caso de algum eventual problema com seu produto, que seja uma solução rápida e eficiente. Para melhorar o serviço de montagem a empresa poderia utilizar os meios que seus fornecedores oferecem, como; curso gratuito de treinamento para os montadores. Onde a empresa poderia disponibilizar as dependências da loja para a sua realização, no qual essa proposta pode trazer grandes vantagens, como: os funcionários se tornariam mais capazes, agil e eficientes nos seus serviços de montagem e os clientes teriam mais segurança na montagem da empresa e conseqüentemente ficariam satisfeitos, no entanto poderá trazer desvantagens, como; o funcionário poderá não aproveitar esse treinamento como a empresa espera e a empresa acaba ficando na mesma situação.

Proposta 3: Em um mercado competitivo em que vivemos, para qualquer empresa é de suma importância conhecer as necessidades dos clientes, pois esse é um dos diferenciais que ajuda bastante a obter um bom desenvolvimento em suas vendas e assim se torna mais fácil de conquistar esses clientes e até mesmo de se fidelizarem a empresa, essa proposta só gera vantagem para a empresa, no entanto toda empresa tem que visar em primeiro lugar seu cliente, pois uma empresa sem cliente não permanece no mercado.

5. ESCOLHA DA MELHOR ESTRATÉGIA

A pós-venda tem por objetivo garantir a satisfação do cliente após adquirir um produto ou serviço, ferramenta que ajuda a fidelizar o cliente, e dessa forma, ele pode fazer propaganda positiva da empresa a outras pessoas (LIMA, 2012). A melhor solução a ser tomada é reduzir o tempo de entrega das mercadorias, pois a maioria dos clientes quando compram uma mercadoria tem como maior ansiedade de ver o produto mais

rapidamente em sua casa, no local desejado e atendendo as suas necessidades, por isso é importante a empresa se preocupar com a pós-venda.

6. ELABORAÇÃO DO PLANO DE TRABALHO- 5W2H

O que será feito?	Por quem?	Quando?	Como?	Onde?	Com que recursos?	Quanto tempo?
Reduzir o tempo de entrega das mercadorias.	Gerente da empresa.	Até dezembro de 2015.	Colocar um funcionário responsável para Separar as mercadorias por ordem de compra, bairro e tamanho do objeto.	Departamento de vendas.	Não tem custos.	No prazo de dois meses.

7. CRONOGRAMA DE ATIVIDADES

	Dezembro	Janeiro
Reunião com os funcionários do departamento de vendas.	X	
Implantação da proposta		X

8. CONCLUSÃO

Com o trabalho e através dos conhecimentos adquiridos, pode-se definir uma visão mais ampla da organização estudada. Observou-se que a empresa sofre com a falta de organização e isso implica na insatisfação de seus clientes. Onde diagnosticamos que muitos de seus clientes reclamam com a entrega e montagem de suas mercadorias e para a melhoria deste problema foi adotado uma escala de organização de seus funcionários com as mercadoria a serem entregues, no qual a empresa não vai ter custos.

Conclui-se com o presente trabalho que a empresa não está mais desenvolvida em sua região, pelo fato de ter clientes insatisfeitos com a pós venda. Com a implantação da proposta para diminuir o tempo de entrega seus clientes ficaram satisfeitos e o seu desenvolvimento irá crescer bruscamente.

9. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Marketing de serviços**. 3. ed. SÃO PAULO: ATLAS, 2002.

LIMA, A. R.; **Serviços Pós-venda em Lojas de Moveis /Eletrodomésticos/ Eletrônicos: uma Análise das Reclamações no DECON (CE)**, 2012.

HOFFMAN, K. Douglas; BATESON, John E.g. **Princípios de marketing de serviços: conceitos, estratégias e casos**. SÃO PAULO: PIONEIRA THOMSON LEARNING, 2003.

