



| | |
|--------------------|---|
| Evento | Salão UFRGS 2014: SIC - XXVI SALÃO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA UFRGS |
| Ano | 2014 |
| Local | Porto Alegre |
| Título | Como fidelizar e satisfazer seus clientes: uma pesquisa realizada na empresa Sul Cópias |
| Autor | GABRIELE DE MORAIS |
| Orientador | PRISCILA GARCIA DE OLIVEIRA |
| Instituição | Faculdade Dom Alberto |

Como fidelizar e satisfazer seus clientes: uma pesquisa realizada na empresa Sul Cópias

Procurar satisfazer o cliente, que tem se tornado cada vez mais exigente devido concorrência acirrada do mercado, oferecer serviços de qualidade e um bom atendimento, de forma a fidelizá-lo torna-se fundamental para a sobrevivência das empresas. Considerando este tema, desenvolveu-se uma pesquisa sobre fidelização na empresa Sul Cópias, atuante no ramo de gráfica expressa. Este trabalho apresenta como objetivo geral buscar adequar os serviços prestados pela empresa Sul Cópias potencializando a fidelização de seus clientes reais e potenciais. Como objetivo específico pretende analisar o perfil dos seus clientes; e elencar quais são os atributos que definem a escolha do cliente sobre o serviço oferecido na empresa; identificar o nível de satisfação do seu mercado consumidor. Para conhecer melhor os assuntos relacionados ao estudo, realizaram-se pesquisas bibliográficas com diversos autores, como Boone (1998), Churchill (2005), Czinkota (2001), Kotler (2006), Las Casas (2001), McKenna (1999), Richers (1991), Whiteley (1999), com o intuito de compreender as estratégias de marketing utilizadas na retenção de clientes. Através destas pesquisas, buscou-se entender quem é o cliente, procurando saber qual o seu perfil, o valor que ele espera receber ao ser atendido, o que o satisfaz, o que procura ao buscar os serviços desta empresa para realizar o seu serviço e compreender se esta relação de valorização do cliente pode gerar lucro para a empresa. A metodologia utilizada para desenvolver este trabalho foi uma pesquisa aplicada, de caráter descritivo, com abordagem qualitativa e quantitativa. Posteriormente ao conhecimento adquirido, desenvolveu-se um questionário, que foi aplicado como um pré-teste. Após análises e correções, o questionário final foi finalizado. Os resultados foram relacionados, desenvolvendo-se os gráficos para análise, verificação e conclusão dos resultados, concluindo-se que os clientes que procuram a empresa são pessoas mais jovens, com grau de instrução elevado e de classe média, procurando os diversos serviços que ela dispõe. Apesar de o preço ser fundamental, a maioria dos clientes opta pela empresa e retorna a ela pelo atendimento que ela presta, sendo considerado satisfatório.