



SATISFAÇÃO DOS CLIENTES DO SUPERMERCADO SACOLA SILVA

SILVA, Andreza Dalila da
COSTA JUNIOR, José Sérgio
LIMA, Leonardo Parma de
MOREIRA, Helder Gomes



INTRODUÇÃO

Há alguns anos, quando as empresas se preocupavam em apenas vender seus produtos e serviços, era mais fácil garantir seus clientes, pois a competitividade era bem menor; já hoje está ficando cada vez mais difícil conseguir tornar um cliente fiel, devido à facilidade de abertura de mercado e à competitividade. Portanto, para fidelizar um cliente hoje, é preciso um bom marketing de relacionamento.

Com o mercado mais competitivo, os consumidores estão ficando cada vez mais exigentes em relação aos produtos e serviços oferecidos, fazendo com que as empresas, para se manterem no mercado, tenham que fazer algumas mudanças em diversos setores como: atendimento, layout e serviços adicionais, a fim de satisfazer seus clientes atuais, gerando novas oportunidades e não os perdendo para concorrentes.

De acordo com Lovelock e Wright (2001), a satisfação é momentânea. Pode-se ficar satisfeito com um determinado produto ou serviço em um dado momento, porém, no momento seguinte, o mesmo produto ou serviço pode não atender as especificações do cliente. Dessa forma, surge a seguinte questão: os clientes do Supermercado Sacola Silva estão satisfeitos com os produtos e serviços oferecidos pela empresa?

O principal objetivo desta pesquisa é avaliar a satisfação dos clientes em relação aos produtos e serviços oferecidos pelo Supermercado Sacola Silva, para assim verificar se a empresa vem atendendo seus clientes de acordo com o que eles desejam.

Portanto, justifica-se este artigo para avaliar a satisfação do cliente como meio de fidelizar seus parceiros, manter-se no mercado competitivo e contribuir para que a empresa alcance qualidade no mercado interno, assim melhorando o atendimento, aumentando suas vendas e gerando clientes satisfeitos e fidelizados.

MATERIAL E MÉTODOS

Visando atender os objetivos do trabalho, foi realizada uma pesquisa descritiva e bibliográfica. Para avaliar a satisfação dos clientes, utilizou-se de um questionário, onde foram aplicados através de entrevistas diretas junto a clientes da empresa, no mês de julho em horários de grande movimento e com clientes que comprem acima de R\$ 50,00.

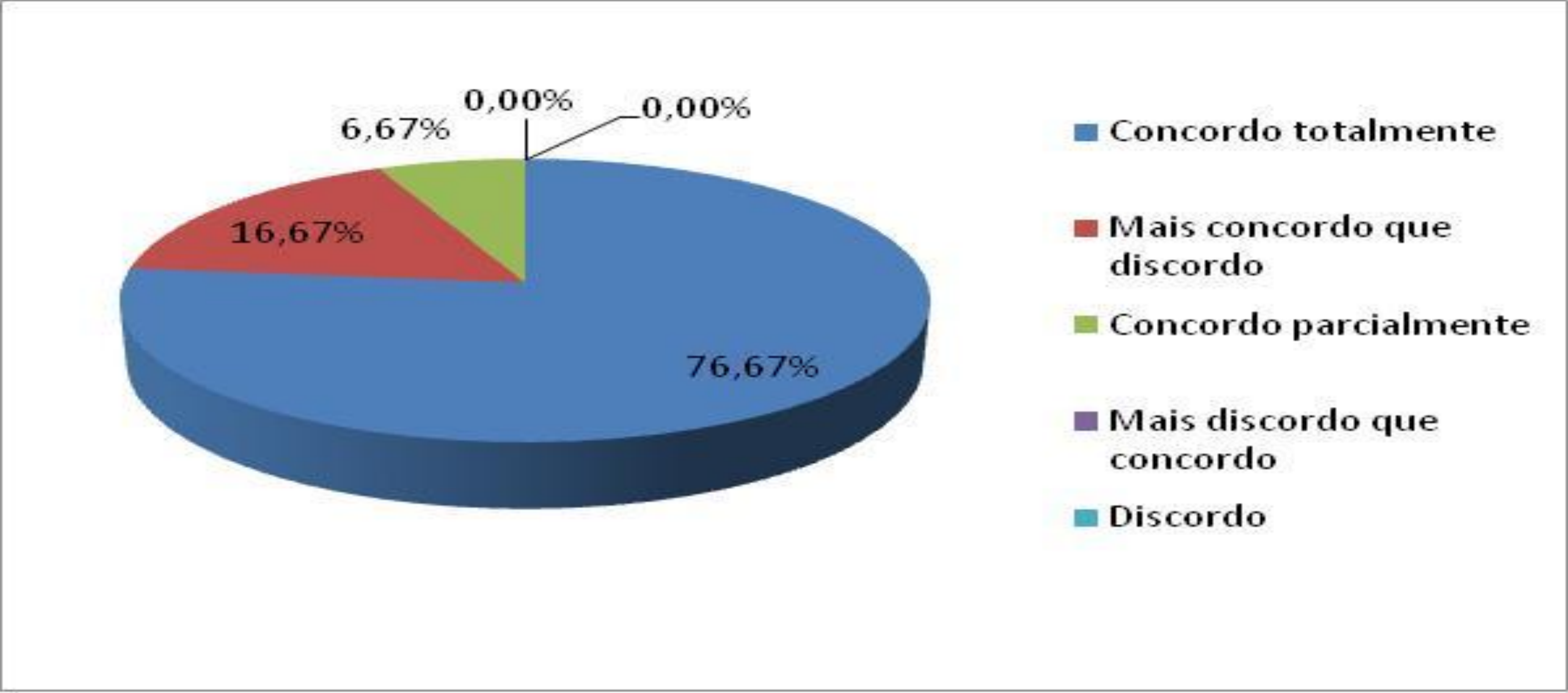
Para se obter uma resposta é necessário entender que a satisfação é a comparação entre o resultado obtido e o valor percebido do produto e suas expectativas causadas pela sensação de prazer ou desapontamento. (KOTLER; KELLER, 2013).

A satisfação também está ligada à qualidade, dependendo dela para manter a imagem dos produtos e serviços. Assim, a qualidade é igual às características e atributos dos produtos e serviços, sendo capaz de afetar a satisfação de necessidades declaradas ou implícitas. Já para Kotler e Keller (2007), “qualidade total é o segredo para criar valor e satisfazer o cliente. E assim como o marketing ela é obrigação de todos”. Uma empresa que na maior parte está satisfazendo seu cliente é considerada uma empresa de qualidade.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

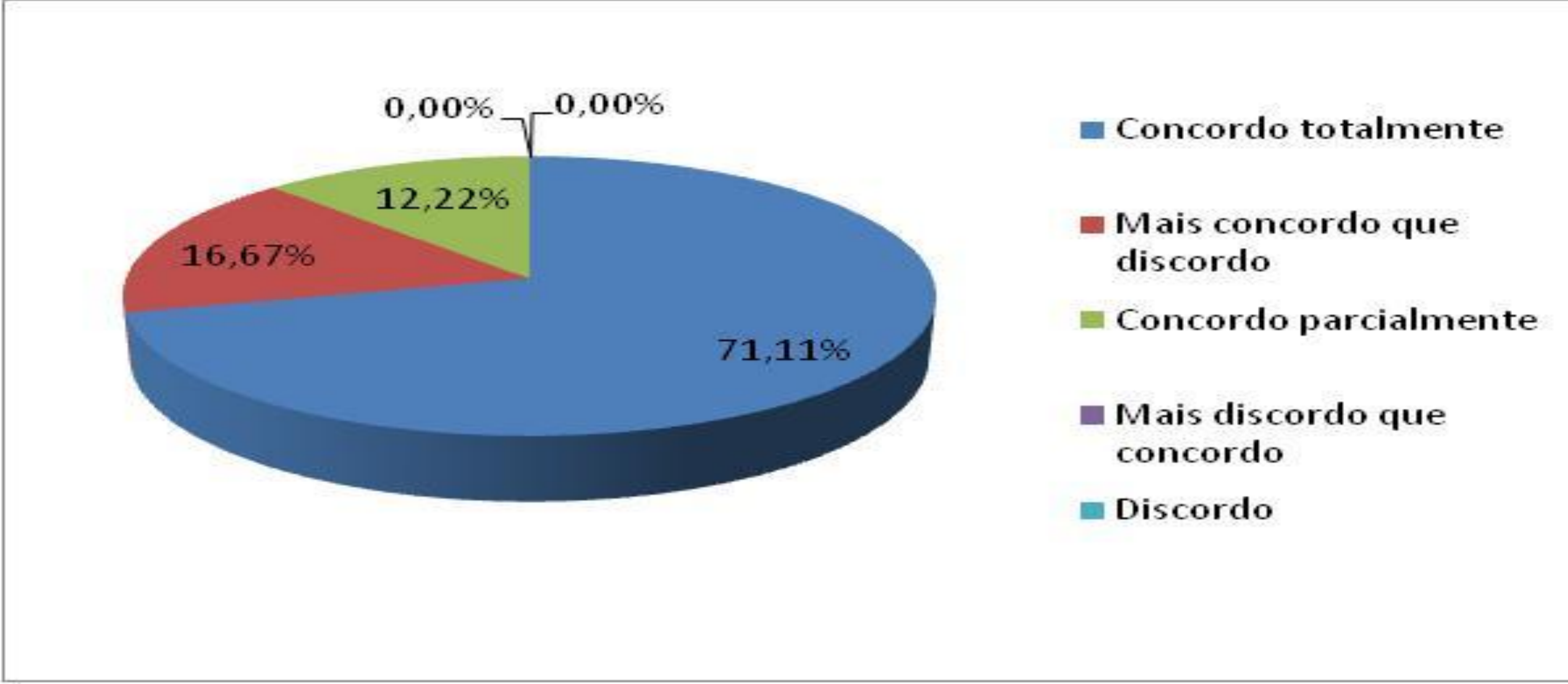
Foi analisada a qualidade em relação aos produtos e serviços oferecidos pelo Supermercado Sacola Silva, mostrando assim que os consumidores estão satisfeitos, pois 77% concordam que os produtos fornecidos pela empresa são excelentes e de boa qualidade, conforme a figura 1.

Figura 1: Sinto-me satisfeito com a qualidade dos produtos e serviços oferecidos pela empresa Sacola Silva



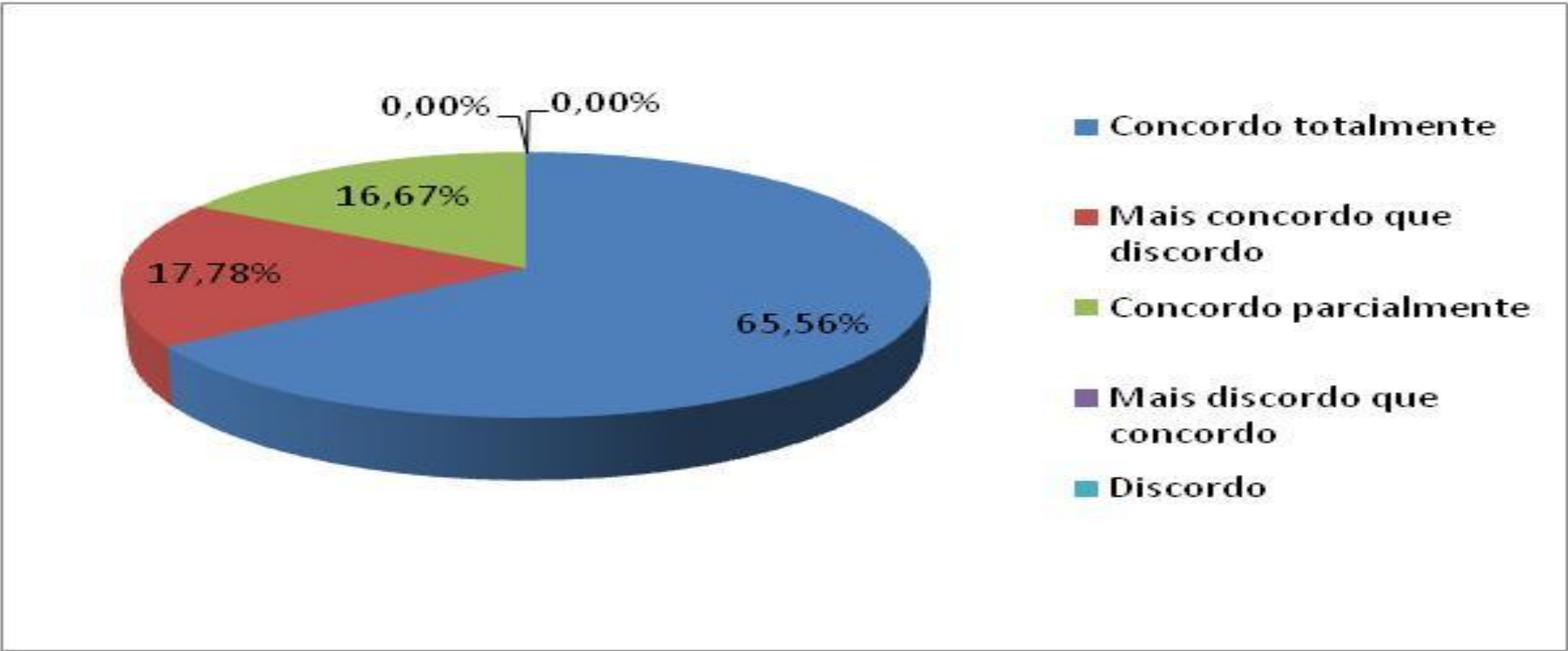
Verificar a satisfação do cliente depende da oferta em relação a sua expectativa após a compra, assim se o desempenho superar as perspectivas do consumidor ele estará mais que satisfeito, assim conforme a figura 2, 71% dos pesquisados concordam que a empresa vem atendendo suas necessidades

Figura 2: Os produtos e serviços oferecidos pela Sacola Silva atendem minha expectativa.



Foram também questionado o grau de satisfação dos clientes, sendo que 83% dos consumidores concordam totalmente que estão satisfeitos com a empresa, isso mostra o quanto a empresa vem desempenhando seu produto e seu atendimento. Porém, 17% dos pesquisados estão parcialmente contentes com a mesma, de acordo com a figura 3, o que é preocupante pois se o desempenho não alcançar suas expectativas o consumidor ficará insatisfeito.

Figura 3: Reconheço que a Sacola Silva está me satisfazendo



Conclui-se, portanto, que os resultados obtidos neste trabalho estão de acordo com o objetivo traçados, pois verificou-se e que o Supermercado Sacola Silva vem satisfazendo seus clientes com produtos e serviços de qualidade.