



AValiação DA IMPORTância DOS Atributos UTILIZADOS PELOS CLIENTES EM RElação AO ATENDIMENTO NO SETOR VAREJISTA.¹

*Francieli Artus², Magliani Beatriz Prêto³, Leneidi Fátima Prêto⁴, Luciano Zamberlan⁵.
UNIJUI*

Na busca constante de alcançar uma considerável vantagem competitiva no mercado atual, as empresas precisam atender eficientemente as necessidades de cada consumidor, garantindo a satisfação e conquistando a sua fidelidade. Assim, este estudo teve o objetivo de avaliar a importância dos diferentes atributos relacionados ao consumo no ramo de bazar e decoração. O estudo utiliza-se de uma metodologia estruturada em duas fases: uma de caráter qualitativo e outra de caráter quantitativo. A pesquisa qualitativa, do tipo grupos de foco, aplicada a uma amostra não probabilística por julgamento, baseada em um roteiro semi-estruturado com questões abertas. Na pesquisa quantitativa, antes da aplicação do questionário definitivo, foi realizado um pré-teste, com o objetivo de verificar as possíveis falhas. Logo em seguida, foram aplicados 200 questionários estruturados com 62 questões, incluindo a caracterização do entrevistado, a uma amostra não probabilística por conveniência. Foi empregado o método de survey, na coleta de dados, devido às vantagens por ele oferecidas. Foram utilizadas as seguintes escalas: nominal e intervalar, com o escalonamento de Likert. Os aspectos enfatizados, sobre o atendimento foram: os fatores determinantes na escolha de uma loja, as dimensões referentes a um bom atendimento, as atitudes relacionadas ao atendimento. O presente estudo apresenta informações importantes sobre o que o cliente espera em um atendimento, em que a honestidade e o conhecimento do vendedor sobre o produto são atributos significativos. Assim, desenvolveu-se uma análise detalhada sobre a qualidade deste atendimento na prestação de serviços. Com o desenvolvimento da pesquisa qualitativa, realizada pelos grupos de foco, bem como através de informações obtidas com a pesquisa descritiva, foi possível realizar uma análise para identificar a percepção dos clientes em relação à importância dos atributos referentes ao consumo em lojas de bazar, presentes e decorações. A avaliação é direcionada aos itens que apresentam maior relevância para este estudo. Referindo-se aos atributos relacionados ao atendimento, constatou-se que a dimensão pessoal recebeu a maior importância, com 87,48%. Isso pode ser evidenciado, já que a honestidade com o cliente e o conhecimento do vendedor sobre o produto apresentaram maior relevância, com 96,5% e podem ser definidos como pontos significativos na escolha de uma loja. Enfocando as atitudes diante de um atendimento, observou-se que 97,5% das pessoas, quando são bem atendidas, recomendam a loja aos conhecidos e amigos, mas ao receberem um mau atendimento, fazem questão de divulgar as suas experiências negativas e 81,4%, não retornam mais a loja para fazer suas compras. Foram identificadas neste estudo diferenças de percepções entre homens e mulheres. Estas, devido às características da personalidade feminina, consideram a atmosfera, a vitrine e a decoração na escolha de uma loja. Já os homens, como não direcionam a sua atenção aos detalhes, valorizam a rapidez no atendimento. Verifica-se ainda que as mulheres sentem-se motivadas quando são bem atendidas e acabam comprando mais do que planejaram, sendo que as suas escolhas de compra são influenciadas pela opinião do vendedor. Os gestores das empresas precisam estar conscientes que, para alcançar a



excelência em um atendimento é preciso compreender e conhecer as reais expectativas de cada cliente. Ter habilidade e competência para oferecer serviços de qualidade superior é condição necessária para atender os seus interesses. Assim, há maior possibilidade de conquistá-lo.

- 1 Projeto de Pesquisa Institucional em Gestão de Serviços
- 2 Bolsista PIBIC/UNIJUÍ, acadêmica do Curso de Administração da UNIJUÍ
- 3 aluna do MBA em Gestão de Varejo da UNIJUÍ
- 4 aluna do MBA em Gestão de Varejo da UNIJUÍ
- 5 Professor e Pesquisador do Departamento de Estudos da Administração da UNIJUÍ