



A Qualidade no Atendimento e Relacionamento junto aos Clientes dos Restaurantes em Juazeiro do Norte

José Zezom Gomes Mota Filho¹; José Leandro de Almeida Neto²

Resumo: O trabalho refere-se à qualidade no atendimento e relacionamento junto aos clientes dos restaurantes em Juazeiro do Norte, tendo como objetivo geral: identificar a satisfação dos consumidores de bares e restaurantes do município, sobre o atendimento e relacionamento com os clientes. E objetivos específicos: realizar uma pesquisa bibliográfica sobre o atendimento e relacionamento, identificando as principais técnicas de atendimento com o intuito de obter êxito de forma como questionamento foi elaborado questionários de pesquisa de opinião pública para identificar os problemas mais correntes na atualidade. Percebe-se que a satisfação do cliente está ligada ao atendimento, se o mesmo não receber um atendimento de qualidade, o número de frequentadores tende a reduzir, o atendimento é um diferencial para manter a organização no mercado competitivo, dando a maior confiança e credibilidade no serviço buscando a fidelização. Logo, a partir do que já foram relatados, os resultados dessa pesquisa foram relacionados onde se se definiu que pessoas que frequentam os bares e restaurantes na cidade são jovens, um volume maior de mulheres, com renda familiar de classe C, pessoas solteiras, que a maioria reside na cidade, com o grau de frequência elevado nos bares e restaurantes. Por fim analisou-se que a satisfação do cliente é um dos principais fatores para que os bares e restaurantes mantenha se aberto e desenvolvendo-se. No entanto para que o trabalho apresentado obtenha êxito em serviços positivos, é muito importante que haja espírito inovador por parte dos dirigentes, técnicas de venda para manter o cliente fidelizado são prioridades.

Palavras Chave: Atendimento; satisfação; técnicas; bares; restaurantes.

Quality in Customer Service and Relationship with Customers of Restaurants in Juazeiro do Norte

Abstract: The work refers to the quality of service and relationship with customers of restaurants in Juazeiro do Norte, with the general objective of identifying the satisfaction of consumers in bars and restaurants in the city, regarding customer service and relationship. And specific objectives: to carry out a bibliographic research about the service and relationship, identifying the main techniques of attendance with the intention of succeeding in the way of questioning, public opinion survey questionnaires were developed to identify the most current problems. It is noticed that customer satisfaction is linked to service, if it does not receive a quality service, the number of customers tends to reduce, service is a differential to keep the organization in the market competitive, giving the greatest confidence and credibility in the service seeking loyalty. Therefore, the results of this research were related where it was defined that people who attend bars and restaurants in the city are young, a larger number of women, with family income of class C, single people, who most reside in the city, with the high frequency degree in bars and restaurants. Finally it was analyzed that customer satisfaction is one of the main factors for the bars and restaurants to keep open and developing. However, for the work presented to succeed in positive services, it is very important that there is an innovative spirit on the part of the leaders, sales techniques to keep the customer loyalty are priorities.

Keywords: Attendance; satisfaction; techniques; bars; restaurants.

¹ Acadêmico em Administração Na Instituição UNILEÃO, Juazeiro do Norte-CE, zezommota@gmail.com;

² Mestre em desenvolvimento regional sustentável pela UFCA, especializado em políticas educativas, docência de ensino superior e gestão estratégica de capital humano, Juazeiro do Norte-CE, leandro@leaosampaio.edu.br

Introdução

O atendimento em bares e restaurantes é de extrema importância, pois a qualidade no atendimento é a alma do negócio, alguns dos problemas cruciais encontrados são: Colaborador despreparado, atendente sem confiança no que apresenta, falta de higiene, vocabulário de baixo nível, entre outros. Em uma relação de atendente e cliente, o colaborador despreparado reflete desconforto, e até mesmo percebe-se que o colaborador não se dedica a suas atividades. O ato de servir requer um contato direto com o cliente, a falta de higiene causa má impressão, surgindo reclamações, e queda nas vendas.

O vocabulário utilizado em algumas situações podem demonstrar falta de credibilidade e interferi no relacionamento com cliente, em aspectos como: comportamento, postura, modo de vestir, gestos e brincadeiras desnecessárias, são fatores que influenciam a visão do consumidor sobre a organização. A demora no atendimento e a falta de atenção no salão são falhas que podem causar uma impressão negativa do ambiente, falhas na comunicação, e o atendimento que não demonstra firmeza nas informações, a timidez do colaborador e o medo de dialogar influencia no relacionamento.

A escolha do tema surgiu pela vivência do autor na área de atendimento, para ser aplicada ao seu empreendimento com intuito de melhorias no salão de atendimento no restaurante em Juazeiro do Norte-CE, referindo melhorias, desenvolvimento, em relações de atendimento e satisfação.

O atendimento e relacionamento junto aos clientes com qualidade é um diferencial para manter a organização no mercado competitivo, dando a maior confiança aos seus consumidores além da credibilidade no serviço buscando a fidelização, e o diferencial de treinamentos, inovações e melhor serviço estratégico de vendas, que não interfira na comodidade do cliente, além de alcançar o sucesso da empresa, os resultados da qualidade no atendimento é identificado após a aplicação das ferramentas da qualidade.

Para o leitor esse estudo permitirá a observação e a análise nas preparações do atendimento qualificado, tendo um maior potencial para satisfazer o cliente, esse trabalho, dispõem de melhoria na experiência de servir, atingindo grandes resultados de confiança e conquista no atendimento.

A metodologia presente neste trabalho é de natureza básica onde foram realizadas pesquisas bibliográficas mostrando a importância das opiniões existente no trabalho, são sustentadas de fontes consultadas por livros e sites da internet. Obtendo também conteúdo de estudo exploratório. Intensificando o trabalho será realizada a modalidade de pesquisa de

opinião. O seguinte trabalho foi realizado na cidade de Juazeiro do Norte-CE, onde foi utilizado um instrumento de coleta de dados online mediante questionários com perguntas objetivas, que abrange uma amostra significativa de 300 pessoas. Os dados da pesquisa são colhidos para mostra ao final da pesquisa, sendo interpretados para uma abordagem quantitativa

O trabalho em questão tem como objetivo geral avaliar a qualidade do atendimento e relacionamento em um restaurante de Juazeiro do Norte e o grau de satisfação dos clientes em relação a este. E como objetivos específicos analisar como é feito o atendimento no restaurante, investigar se é utilizado ferramentas para melhorar o atendimento e identificar a satisfação do cliente em relação ao atendente.

Os serviços prestados no salão de atendimento em bares e restaurantes, são de extrema importância, pois a qualidade no atendimento é a alma do negócio, alguns dos problemas cruciais encontrados são: Colaborador despreparado, atendente sem confiança no que apresenta falta de higiene, vocabulário de baixo nível, entre outros. Em uma relação de atendente e cliente, o colaborador despreparado reflete desconforto, e até mesmos percebe-se que o colaborador não se dedica a suas atividades. O ato de servir requer um contato direto com o cliente, a falta de higiene causa má impressão, surgindo reclamações, e queda nas vendas.

O vocabulário utilizado em algumas situações, podem demonstrar falta de credibilidade e interferi no relacionamento com cliente, em aspectos como: comportamento, postura, modo de vestir, gestos e brincadeiras desnecessárias, são fatores que influenciam a visão do consumidor sobre a organização. A demora no atendimento e a falta de atenção no salão são falhas que podem causam uma impressão negativa do ambiente, falhas na comunicação, e o atendimento que não demonstra firmeza nas informações, a timidez do colaborador e o medo de dialogar influencia no relacionamento.

Entende-se que todos esses comportamentos geram falhas no atendimento, percepção equivocada da qualidade desse atendimento, redução de faturamento, baixa na lucratividade e falta de credibilidade. Mediante os pontos citados, é submetida a seguinte questão: Como identificar a qualidade no atendimento e relacionamento aos clientes de um restaurante de Juazeiro do Norte-CE?

O trabalho tem como objetivo geral de avaliar a qualidade do atendimento e relacionamento em um restaurante de Juazeiro do Norte e o grau de satisfação dos clientes em relação a este. E como objetivos específicos, analisar como é feito o atendimento no restaurante, Investigar se é utilizado ferramentas para melhorar o atendimento, Identificar a satisfação do cliente em relação ao atendente.

A escolha do tema surgiu pela vivência do autor na área de atendimento, para ser aplicada ao seu empreendimento com intuito de melhorias no salão de atendimento no restaurante em Juazeiro do Norte-CE, referindo melhorias, desenvolvimento, em relações de atendimento e satisfação.

O atendimento e relacionamento junto aos clientes com qualidade é um diferencial para manter a organização no mercado competitivo, dando a maior confiança aos seus consumidores além da credibilidade no serviço buscando a fidelização, e o diferencial de treinamentos, inovações e melhor serviço estratégico de vendas, que não interfira na comodidade do cliente, além de alcançar o sucesso da empresa, os resultados da qualidade no atendimento é identificado após a aplicação das ferramentas da qualidade.

Para o leitor esse estudo permitirá a observação e a análise nas preparações do atendimento qualificado, tendo um maior potencial para satisfazer o cliente, esse trabalho, dispõem de melhoria na experiência de servir, atingindo grandes resultados de confiança e conquista no atendimento.

Referencial Teórico

A seguir serão discutidos os fatores que fazem com que o negócio alavanque dando qualidade no serviço para que o consumidor escolha o estabelecimento com intuito de ser atendido com melhor satisfação, analisar as opções demandadas para os clientes e o que os mesmos procuram receber desse empreendimento, a partir do ato de compra e do relacionamento prestado.

Contendo descritos alguns serviços prestados para entender melhor qual o nível satisfatório do cliente, com oportunidades para elaborar estratégias que possa se enquadrar nesse contato direto.

Definições sobre Atendimento e Relacionamento com o Cliente.

O atendimento e relacionamento com o cliente se constitui hoje a uma estratégia eficaz para o mundo corporativo, e diante disso Associates (2013) afirma que o atendimento ao cliente é a resolução de problemas, que pode passar pela gestão de outras áreas de negócio como a logística, buscando assim amenizar falhas e rompimentos que iram promover resultados de

melhoria, observa-se que o atendimento com qualidade transmite a impressão positiva e duradoura aos clientes, proporcionando confiança no estabelecimento e no serviço prestado.

A realização do atendimento prestado ao consumidor possibilita que a organização demonstre a responsabilidade e ética, proporcionando oportunidades de cativar o cliente onde os mesmos sintam-se satisfeitos com a qualidade do serviço, desse modo, um trabalho com eficiência acarretará a satisfação do cliente pelo que lhe foi apresentado. Mediante esse ponto Associates (2013) relata que “Os clientes não fazem distinção entre você e a empresa em que você trabalha. E estão certos. Para eles você é a empresa.” Na percepção de atitudes do consumidor entende-se que eles desejam ser atendidos de forma clara e objetiva. O conhecimento do prestador de serviço em relação ao que o cliente deseja é muito importante para atingir metas satisfatórias diante da crescente competitividade que o mercado apresenta. Dessa forma o nível de exigência dos clientes se aprimora e a qualidade passa a ser o principal fator de diferenciação em todos os segmentos evidenciando uma prestação de serviço mais complexa e sofisticada.

Para atrair novos clientes como apresenta Associates (2013) o foco não é realmente realizar vendas a um novo cliente, e sim construir um relacionamento de longo prazo, com confiabilidade e cumprindo com as promessas de cada serviço. O atendimento é algo transformável deixando de ser um serviço e passando a ser um fator de diferenciação, o cliente está em busca de algo que solucione as suas necessidades e os seus desejos, ou seja, a procura de um atendimento de qualidade.

Apesar disso, o setor de atendimento ainda tem muito que se aprimorar. A recepção ruim, a demora, insistência, situações constrangedoras e a sensação de que os atendentes estão apenas fazendo um favor acabam afastando os clientes e criando uma imagem negativa da empresa. Se isso ocorre, quem sai perdendo é a organização, pois existem concorrentes capazes de oferecer um atendimento que conquiste o cliente. De acordo com Pat Wellington, (2011, p.30) “[...] podemos interpretá-los como interromper o que você está fazendo para dar atenção às necessidades de seu cliente.” Portanto é necessário ser proativo e envolvido, o atendente tem que dar um toque pessoal e atrativo que faça com que o cliente se sinta importante, como um sorriso genuíno e agradecimento, mostrando eficiência e preocupação da organização com o consumidor.

Segundo Zambon e Silva (2010, p.199) “[...] o relacionamento é um recurso fundamental para o atendimento e a gestão das necessidades e expectativas dos clientes.” Com a preocupação no relacionamento ao cliente, surgiu o CRM, uma ferramenta utilizada para melhorar e gerenciar as relações entre atendente e cliente, o relacionamento busca um processo

ágil oferecendo qualidade e atenção da organização com o cliente. Para se relacionar é necessário conhecer os seus clientes, as preferências e desejos, esse fator é inclusive um componente importante para que essas ações sejam bem sucedidas no atendimento e relacionamento com o mesmo. Mediante Pat Wellington (2011) Os clientes querem mais que vantagens, eles querem um desenvolvimento de relacionamento de longo prazo e que as organizações entendam e correspondam as necessidades dos indivíduos, sabendo identificar sua clientela.

Pessoas do departamento comercial se relacionam diretamente aos clientes, focando na responsabilidade, buscando melhorar a imagem da empresa, realizando o atendimento pós-venda, e as ocasiões de fortalecimento do relacionamento que são desenvolvidos com determinados tipos de clientes. Em meio gerencial, o atendimento e gerenciamento contribuem com cultivos especiais a clientes que precisam ser tratados de maneira delicada para garantir um relacionamento agradável. Pat Wellington (2011, p.157) “Você e sua equipe não só estão presentes para atender aos clientes, mas também para cultivar sua lealdade.” Os clientes ao procurar serviços das empresas buscam avaliar também fatores que envolvam atendimento e relacionamento, ao aprovar os serviços inicia-se a confiabilidade na organização, dessa forma a empresa atinge o seu objetivo máximo, que é a satisfação do cliente.

Técnicas de Atendimento e Relacionamento com Clientes

O atendimento é essencial para manter e fidelizar clientes, com intuito de obter resultados positivos de satisfação do cliente perante a organização, desse modo às técnicas aplicadas no salão de atendimento para um bom relacionamento é necessário atender bem qualquer pessoa que se dirigir ao seu comércio educadamente, se expressar com maior respeito cumprimentando a todos com um sorriso de modo agradável e receptivo, facilitando o contato com o consumidor e lhe deixando a vontade, se possível chamando pelo seu nome e dando-lhe boas-vindas. Como o salão de atendimento consiste em grande fluxo de entrada e saída de consumidores, é necessário que tenha uma atenção redobrada para que os clientes não fiquem esperando o atendimento. Desse modo segundo o SEBRAE (2017), as técnicas de atendimento e relacionamento com os clientes são listados da seguinte maneira:

- Seja consciente e cortês
- Dê as boas-vindas
- Atenda de imediato
- Demonstre boa vontade
- Dispense muita atenção ao cliente
- Aja com rapidez

- Preste orientação segura
- Evite termos técnicos
- Jamais dê ordens
- Chame o chefe em casos especiais
- Evite atitudes negativas
- Fale a verdade
- Dê atenção às reclamações
- Demonstre simpatia, com um bom cartão de visitas
- Garanta qualidade para o seu ambiente de trabalho

Para o consumidor ficar esperando um certo tempo para ser atendido é como se fosse uma eternidade, existem casos de clientes que aguardam por poucos minutos e depois são capazes de dizer que esperaram por um tempo maior, diferente de quando o consumidor inicialmente é atendido, e são conscientes aguardando com tranquilidade. A postura que o atendente toma pode ser um ponto positivo ou negativo, diante de Poser (2010, p.24) “As nossas posturas, gestos, feições e especialmente o olhar são fatores determinantes para que possamos expressar nossas emoções. Mesmo sem a emissão de qualquer palavra.” O atendente que cumprimenta a todas as pessoas mesmo fora do setor de trabalho, mostra a dedicação e atenção diante do consumidor, é gratificante para o mesmo ser reconhecido diante do público.

Quando se desenvolve um atendimento e relacionamento com o consumidor, é necessário que utilize técnicas de melhoria com intuito de satisfazer o mesmo com objetivo de exceder as expectativas antecipando as necessidades, ouvir o seu consumidor irá ajudar na percepção do que lhe é necessário naquele momento. Em caso de atraso no atendimento, é essencial pedir desculpas para que o cliente entenda o imprevisto, essas expressões são ideais para se utilizar em relações cliente e atendente.

Se o atendente perceber que está acontecendo algo errado no ambiente e que não seja possível atender o cliente, é necessário demonstrar empatia, oferecer ajuda e mais importante fazer uma comunicação eficaz para que evite qualquer mal entendido. As opiniões dos consumidores são bem importantes para que a empresa obtenha inovações e melhorias no atendimento. Para esse tipo de serviço a organização deve contratar pessoas que sintam o prazer de servir, que sejam motivadas a resolver os problemas dos clientes e que tenham interesse no próprio crescimento.

Ao se comunicar com o cliente, é importante falar somente o necessário, sendo breve e objetivo, já que o atendimento é o reflexo da empresa, por isso na aplicação das técnicas é necessário que seja repassada segurança na mensagem. Segundo SEBRAE (2017) As empresas não perdem clientes por conta dos concorrentes, mas por conta de falta de atendimento. É importante para o atendimento e o relacionamento ao consumidor no final do atendimento

agradecer desejando boa sorte, pois é uma forma de diferenciar o atendimento com uma atenção redobrada nas sugestões dos clientes porque a partir delas nascem muitas ideias para ser aplicadas para melhoria na organização.

Na organização, manter a qualidade no atendimento e relacionamento com os clientes é essencial nas empresas, para que possa alavancar nas vendas, pois o cliente que sair satisfeito irá divulgar o serviço que lhe foi prestado, conquistar clientes é a intenção das empresas, e com o avanço da tecnologia a cada dia vem crescendo para ajudar na linha de produção mais eficaz, para Associates (2010) O meio confiável do atendente requer uma capacidade de cumprir com o que foi prometido. Desse modo a organização tem como obrigação de executar um serviço de qualidade com mais facilidade de se expandir no mercado, com colaboradores treinados e capacitados, adequadamente proporcionando um diferencial.

A partir de que os autores afirmam, vemos que a clientela está cada vez mais exigente na hora de adquirir um produto ou serviço, e exigem também a qualidade para que seja valorizado o dinheiro empenhado pelo mesmo, com essa situação observa-se um grande crescimento de negócios mais refinados com serviços diferenciados e inovador, ou sendo tematizados, para chamar a atenção dos consumidores que exigem um padrão de qualidade elevada. Mantendo a qualidade do serviço prestado a partir da cozinha, como nos empreendimentos que comprometem ser avaliados pelos clientes, tendo uma visão positiva ou negativa do negócio.

Método

A metodologia presente neste trabalho é de natureza básica onde foram realizadas pesquisas bibliográficas mostrando a importância das opiniões existentes no trabalho, são sustentadas de fontes consultadas por livros e sites da internet. Para Gil (2010, p. 29) “A pesquisa bibliográfica é elaborada com base em material já publicado. Tradicionalmente, esta mobilidade de pesquisa inclui material impresso, como livros, revistas, jornais, teses, dissertações e anais de eventos científicos”.

Obtendo também conteúdo de estudo exploratório, segundo Gil (2010, p. 27) “As pesquisas exploratórias têm como propósito proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses.” E aplicando também um objetivo de estudo descritivo, que para Gil (2010, p. 27) “As pesquisas descritivas têm como objetivo a descrição das características de determinada população”.

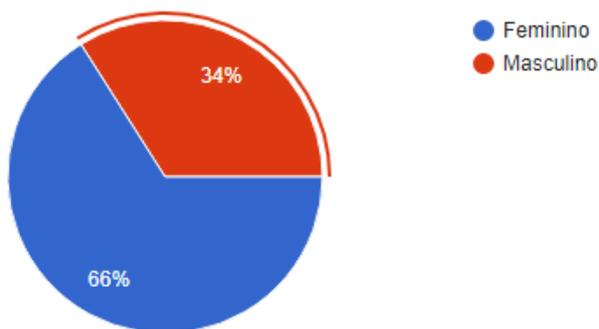
Intensificando o trabalho será realizada a modalidade de pesquisa de opinião, que mediante o Instituto PHD (2015) “A pesquisa de opinião é uma forma de saber o que as pessoas com um perfil definido pensam e se comportam.” O seguinte trabalho foi realizado na cidade de Juazeiro do Norte-CE, onde foi utilizado um instrumento de coleta de dados online mediante questionários com perguntas objetivas, que abrange uma amostra significativa de 106 pessoas. Os dados da pesquisa são colhidos para mostra ao final da pesquisa, sendo interpretados para uma abordagem quantitativa que embora Lakatos e Marconi (2010, p. 269) “[...] quantitativo, os pesquisadores valem-se de amostras amplas e de informações numéricas, enquanto que no qualitativo as amostras são reduzidas [...]”.

Análise e Discussão dos Resultados

Segue neste capítulo os resultados referentes à pesquisa que foi realizada junto a 106 pessoas na cidade de Juazeiro do Norte, com o objetivo de identificar a qualidade no atendimento em bares e restaurantes da cidade.

1. Qual o seu sexo?

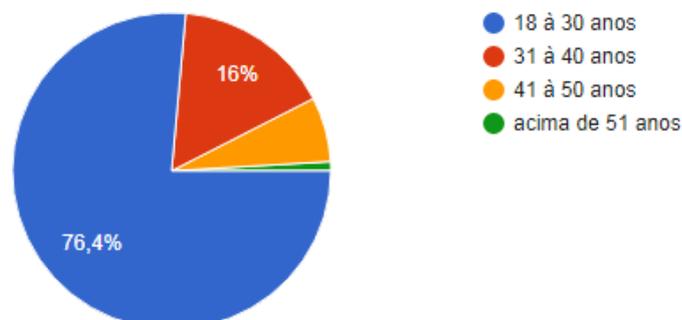
106 respostas



Diante da pesquisa foi constatada que a maioria das pessoas pesquisadas são do sexo feminino, os resultados encontrados mostram que 66% foi respondida por mulheres e 34% respondidas por homens, onde ambos costumam ter esse tipo de acesso a bares e restaurantes da cidade.

2. Qual a sua idade?

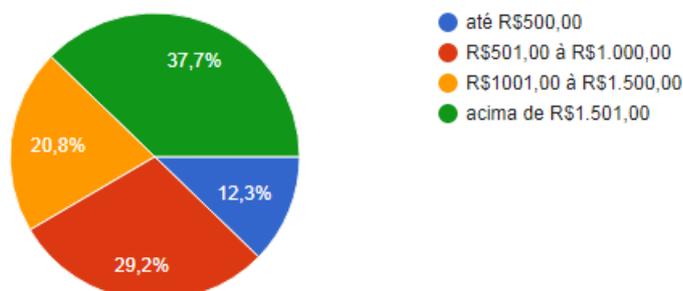
106 respostas



A seguinte questão sobre a faixa etária do público, mostra que 76,4% das pessoas que participaram da pesquisa são jovens entre 18 à 30 anos, segundo pesquisas são eles que mais frequentam bares e restaurantes com amigos, familiares e até mesmo sozinhos, aumentando a rotatividade e o lucro, são definidos como como público alvo, pois estão dominando esse mercado e consumindo em mais dias da semana. Em seguida 16% são pessoas adultas de 31 à 40 anos que buscam sair para descontraír, em um ou dois dia da semana, essas pessoas procuram esse tipo de serviço nos finais de semana, já que trabalham durante toda a semana. Com 6,6% estão os de 41 à 50 anos e acima de 51 anos encontramos uma porcentagem menor de 0,9%, essas pessoas são as que geralmente costumam sair de uma a duas vezes por mês, devido a falta de tempo, ou em encontros familiares.

3. Qual a sua renda familiar?

106 respostas

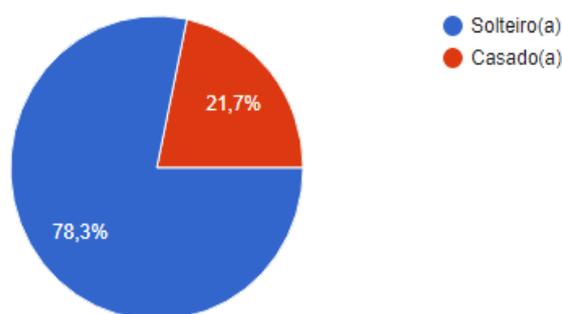


Nesta questão mostra que a renda familiar está em bem dividida, 37,7% são pessoas com renda acima de 1.501,00 reais ao mês, sendo a maior renda, que costumam frequentar bares e restaurantes e tendem a gastar mais, em seguida com 29,2% são pessoas com renda de 501,00

à 1.000,00 reais ao mês, essas pessoas saem poucas vezes devido a suprir primeiro as suas necessidades básicas, com 20,8% estão as pessoas com renda de 1.001,00 à 1.500,00 reais, uma renda de base razoável, por fim estão os 12,3% que são as pessoas com renda até 500,00 reais, a renda menor apresentada e é onde se percebe uma menor procura pelos serviços prestados.

4. Estado civil?

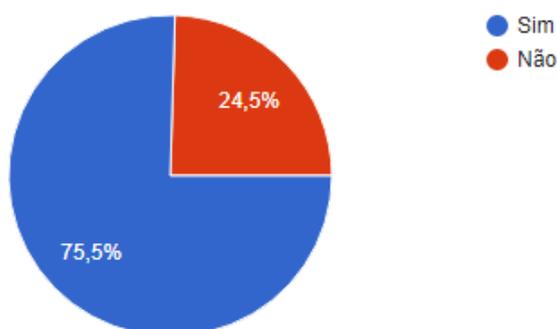
106 respostas



Identificando na pesquisa que a maioria das pessoas possuem estado civil solteiro(a) com um percentual de 78,3% das respostas, são classificados como o público que mais sai para se divertir entre amigos e companheiros casuais, aumentando assim o fluxo de pessoas em outros dias da semana, e temos as pessoas casadas com o percentual de 21,7%, esse percentual é menor pois apresentam índice de presença relativo, pois essas pessoas costumam sair para comemorações, ou para jantar entre casais.

5. Reside na cidade de Juazeiro do Norte?

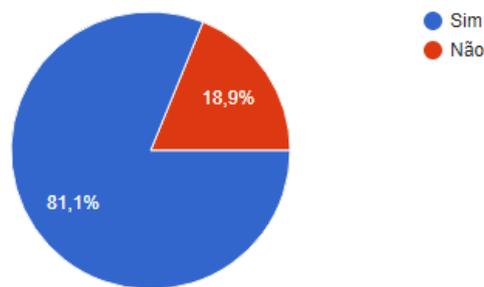
106 respostas



Identificou-se que a maior parte das pessoas reside na cidade de Juazeiro do norte com o percentual de 75,5%, a cidade mostra grande desenvolvimento de abertura de bares e restaurantes, trazendo um maior fluxo de pessoas pra visitação entre suas refeições diárias básicas, ou saídas para bebida e petiscos, os restantes de 24,5% em outras localidades na mesma região do Cariri.

6. Costuma frequentar bares e restaurantes na cidade de Juazeiro do Norte?

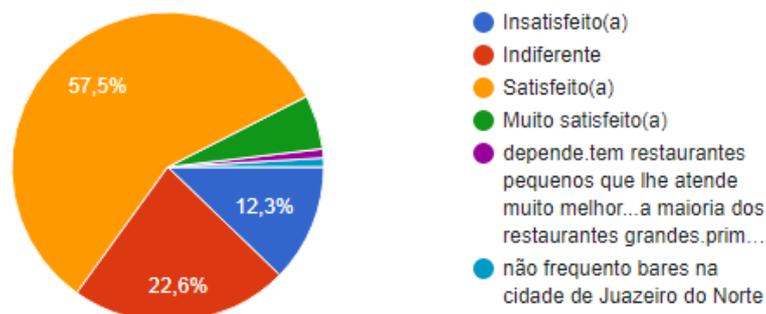
106 respostas



De acordo com os dados da figura, encontrou-se um percentual de 81,1% das pessoas, onde costumam frequentar bares e restaurantes na cidade de Juazeiro do Norte, isso mostra que a maior parte da popula o pesquisada optam sair da rotina para conhecer lugares novos, sair com amigos para distrair e uma pequena fatia com um percentual de 18,9% das pessoas preferem sair menos e gastar menos.

7. De forma geral, qual o nível de satisfa o do atendimento apresentado em bares e restaurantes na cidade?

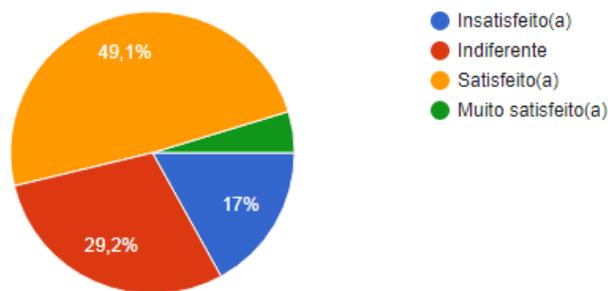
106 respostas



Os clientes estão mais exigentes ao efetuar compras, os dados mostram que mais da metade das pessoas com percentual de 57,5% encontra-se satisfeito com o atendimento oferecido nesse tipo de serviço, quase ¼ das pessoas optaram por um atendimento indiferente com 22,6%, isso mostra que às vezes sentem-se satisfeitos outra hora não, outra parte da população pesquisada apresentada com o percentual de 12,3% deixa claramente que está insatisfeito com o nível do atendimento prestado nesses locais, uma pequena parte com 5,7% estão as pessoas que se diz muito satisfeito com o atendimento nos locais, e por último, temos menores índices de percentual de 0,9% que declaram que não frequentam esses tipos de serviço, ou que os que frequentam as vezes mostram uma diferença no atendimento relacionado a outros locais.

8. Qual o seu nível de satisfação sobre as técnicas de relacionamento com o cliente, praticada nos bares e restaurantes de juazeiro do norte que você frequenta?

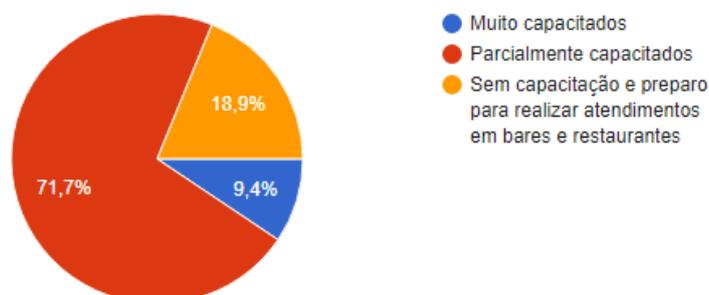
106 respostas



O colaborador que presta serviço de atendimento além de estar atento, requer aprimoramento com técnicas para melhor servir os clientes, os dados desta questão apontam que 49,1% das pessoas estão satisfeito com essas técnicas praticadas, é quase metade da amostra pesquisada, um número que favorece em parte algumas empresas que prestam esse serviço de maneira correta, outra parte apontada com 29,2% define que concorda em parte com essas práticas aplicadas, mas que por outro lado não se sentem bem relacionados diante das técnicas de atendimento, mostra-se assim um resultado indiferente, com um percentual de 17% encontramos dados de respostas que apresenta um grau insatisfeito diante dessas técnicas de relacionamento com o cliente, por fim encontra-se a menor parte pesquisada da mostra com um percentual de 4,7%, onde essas pessoas demonstram estar satisfeitas com o serviço.

9. Como você avalia os profissionais que realizam o atendimento nos bares e restaurantes de Juazeiro do Norte?

106 respostas



A seguinte análise dos dados apontaram que 71,7% dos profissionais estão parcialmente capacitados, isso mostra que há um reconhecimento de qualidade em relação ao serviço dos colaboradores, mas que necessitam de um melhor treinamento das suas ações, outra parte com percentual de 18,9% são definidos como os profissionais sem capacitação e preparo para realizar atendimento, que de certa forma não foram devidamente treinados para executar seu serviço, restando assim 9,4% das pessoas que afirmam que os profissionais são muito capacitados, e que mostram-se satisfeitos com o serviço e atendimento que lhes é oferecido no âmbito de bares e restaurantes da cidade.

Considerações Finais

Sabendo que o desenvolvimento empresarial tem aumentado nos bares e restaurantes, passando por várias transformações nos últimos tempos, com um avanço na modernização que para manterem-se no mercado as organizações buscam inovar da melhor maneira para satisfazer o cliente em geral.

Com base na pesquisa realizada na região, nós observamos a necessidade que as empresas precisam investir, focando na preparação dos colaboradores para que possam desempenhar um trabalho satisfatório para a clientela, pois com o avanço e as modificações a satisfação não está sendo um diferencial nas empresas, mas certamente uma necessidade do negócio para se manter no mercado.

No entanto para que o trabalho apresentado obtenha êxito em serviços positivos, é muito importante que haja espírito inovador por parte dos dirigentes, técnicas de venda para manter o

cliente fidelizado são prioridades. A conquista de novos clientes é fundamental nas empresas, o presente estudo procurou enfatizar o que é importante no atendimento ao cliente, e se realmente os atendentes estão capacitados diante o contato com o cliente

Referências

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5º. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. Metodologia científica. 6º ed. São Paulo: Atlas, 2011.

SEBRAE. **15 dicas para atender bem**. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/15-dicas-para-atender-bem,e565438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD>. Acesso em: 21 maio 2018.

SILVA, Fábio Gomes da; ZAMBON, Marcelo Socorro. **Gestão de relacionamento com o cliente**. 2º. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2012.

PerformaceResearch Associates. **Atendimento Nota 10**. 3º. ed. Rio de Janeiro: Sextante, 2013.

INSTITUTOPHD. **Pesquisa de Opinião: O que é? Como funciona?**. Disponível em: <https://www.institutophd.com.br/pesquisa-de-opiniao-o-que-e-como-funciona/>. Acesso em: 18 outubro 2018.



Como citar este artigo (Formato ABNT):

MORA FILHO, José Zezom Gomes; ALMEIDA NETO, José Leandro de. A Qualidade no Atendimento e Relacionamento junto aos Clientes dos Restaurantes em Juazeiro do Norte. **Id on Line Rev.Mult. Psic.**, 2019, vol.13, n.43, p. 888-902. ISSN: 1981-1179.

Recebido: 26/11/2018;

Aceito: 28/11/2018