

JANELA DO CLIENTE APLICADA EM UMA AGROCOMERCIAL DE SANTA CRUZ DO SUL

Leticia Regina Henn ¹, Ângelo Staub ²

¹ Autora, Curso de Administração, Faculdade Dom Alberto

² Orientador, Curso de Administração, Faculdade Dom Alberto



UFRGS
PROFESQ

XXV SIC
Salão Iniciação Científica

CSA - Ciências Sociais e Aplicadas

INTRODUÇÃO / OBJETIVOS

Esta pesquisa apresenta um estudo sobre Marketing, abordando especificamente quais atributos de um vendedor são considerados importantes pelos clientes e sua respectiva satisfação.

Para o desenvolvimento deste estudo, foi aplicada a técnica da Janela do Cliente, com o objetivo de mensurar a satisfação dos clientes em relação aos atributos mais importantes de uma Agrocomercial.

RESULTADOS / DISCUSSÕES

Buscou-se verificar se a empresa em estudo realmente está sendo um referencial em atendimento diferenciado, com o intuito de verificar possíveis pontos fracos e fortificar pontos fortes. Pretendeu-se concluir sobre quais atributos os clientes consideram mais importantes em um atendimento e sua relativa satisfação. O grande mérito desta pesquisa consiste no fato de que é a primeira vez que a opinião dos clientes em estudo é analisada sob a ótica da importância *versus* satisfação, ou seja, é a primeira vez que se aplica a Técnica da Janela do Cliente

METODOLOGIA

Realizou-se uma pesquisa descritiva, utilizando-se de alguns procedimentos como a pesquisa bibliográfica, estudo de caso e o levantamento ou survey. A abordagem do problema é qualitativa e quantitativa.

REFERÊNCIAS

LUDWIG, Eduardo Schonarth. Janela do Cliente aplicada a Clínica Schuler. Disponível em <http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/18082/000685398.pdf?sequence=1> Acesso em 18 de junho de 2012.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de Marketing**: 12.ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.



**MODALIDADE
DE BOLSA**

Sem bolsa