



SATISFAÇÃO DOS CLIENTES INTERNOS E EXTERNOS DA ONLINE CONTABILIDADE E O DIFERENCIAL NO ATENDIMENTO

JOSE LUCIANE SPIES
jo.spies@hotmail.com
AIRTON GARCIA DA SILVA
airton@unisc.br

A concorrência acirrada fez com que as empresas não se preocupassem apenas com o nível de satisfação de seus clientes externos, mas também com a satisfação de seus clientes internos. Neste mercado altamente competitivo, administrar a qualidade dos serviços, com êxito em todas as suas dimensões, torna-se um fator decisivo para desenvolver um diferencial que agregue valor ao serviço e que conquiste o cliente. Como a OnLine Contabilidade está inserida nesse contexto, justifica-se a importância deste estudo com o objetivo de avaliar o grau de satisfação dos clientes internos e externos em relação aos seus serviços oferecidos, buscando identificar suas necessidades, a fim de melhorar a qualidade de seu atendimento. O instrumento de pesquisa foi aplicado no período de 25 de agosto de 2011 a 05 de outubro de 2011, e foram sujeitos da pesquisa os 05 (cinco) clientes internos e todos os 45 (quarenta e cinco) clientes externos, pessoas jurídicas que constavam no banco de dados da empresa. Na obtenção das informações para a realização desse trabalho, foi realizada uma pesquisa de natureza quantitativa, de delineamento descritivo exploratório, baseando-se em um estudo de caso na Empresa em questão, através de um questionário impresso, com perguntas abertas e fechadas, aplicados diretamente pela autora. Os resultados obtidos na pesquisa foram transformados em gráficos para uma melhor interpretação e análise. Entre os dados mais relevantes da pesquisa com os clientes internos, 80,0% responderam que se sentem satisfeitos com relação ao reconhecimento pelo trabalho; 40,0% acham que o ruído da rua atrapalha com relação à estrutura adequada para desenvolver suas atividades. Entre os clientes externos, 33,3% estão muito satisfeitos; 61,5% satisfeitos; 5,1% pouco satisfeitos em relação aos prazos de entrega e agilidade dos serviços; 2,6% se sentem insatisfeitos quanto ao conhecimento técnico e à postura dos colaboradores. Os dados apresentados, em geral, foram satisfatórios, ou seja, prevaleceu o conceito satisfeito, o que evidenciou que a empresa vem fazendo um excelente serviço. Foram sugeridas algumas ações de melhoria. Dentre elas, realização reuniões periódicas, para os colaboradores sanarem dúvidas e darem sugestões; contratação de novos funcionários, para agilizar a entrega de serviços e melhoria na organização do trabalho; fechamento dos vidros das janelas nos horários de maior movimento da rua, para diminuir o ruído que resulta em reclamações dos colaboradores; sugestões de padrões no atendimento, resultando na padronização da qualidade no atendimento. Não houve obstáculos para o desenvolvimento deste estudo, pois todos os participantes reconheceram a necessidade e a importância do atendimento ao cliente como um diferencial, permitindo, desta forma, que se alcançasse o objetivo proposto. Também sugeriu-se disposição e divulgação deste estudo internamente na empresa, pois, dessa forma, o entrosamento da direção e da equipe será fundamental para o seu crescimento.

Palavras-chave: clientes, satisfação, serviços.

Instituição: UNISC - SANTA CRUZ DO SUL/RS