



ANÁLISE DO GRAU DE SATISFAÇÃO DOS CLIENTES DA CENTRAL INTELLIGENCE FORMAÇÃO DE CONDUTORES

THARTIERI ASSMANN

thaty_assmann@yahoo.com.br

CARLOS MELLO MOYANO

imur@imur.com.uy

As constantes mudanças que alteram a economia mundial, em razão do processo natural de evolução econômica, conflitos sociais, políticos e culturais, produzem reflexos diretos e importantes em todos os setores da economia. O mercado de serviços da formação de condutores (motoristas), onde operam os Centros de Formação de Condutores (CFC's), como integrantes desse macro ambiente não estão imunes a isso, pelo contrário, sofrem igualmente os efeitos dessas mudanças. O serviço do CFC concentra-se na maioria dos casos na primeira habilitação que ocorre na faixa etária dos 18 anos. Seu principal objetivo satisfazer seu cliente, sendo este seu diferencial competitivo. A pesquisa fornecerá informações para ações que propiciem a melhoria da qualidade, e conseqüentemente, a conquista de clientes, com a oferta de serviços mais próximos das expectativas do mercado. A busca por clientes se dá exatamente na diferenciação das dimensões da qualidade que a empresa deixa ou provoca transparecer para o mercado. Como esse serviço não pode ser experimentado nem tampouco visualizado pelo cliente, este trabalho ganha importância, pois busca conhecer a visão dos clientes e verificar o que é mais importante no processo de escolha para o cliente, como forma de influenciar positivamente o BOCA A BOCA. Assim, a pesquisa será utilizada para saber quais as expectativas e percepções dos clientes, bem como sua satisfação e/ou insatisfação em relação ao atendimento, aulas teóricas e aulas práticas, que são alguns dos serviços oferecidos pelo CFC Intelligence. Os objetivos do trabalho são os seguintes: identificar as expectativas dos clientes e as dimensões que são utilizadas por estes para avaliar o serviço; identificar a percepção dos clientes em relação aos serviços prestados; identificar novas demandas dos clientes atuais; identificar o nível de satisfação dos clientes e sugerir recomendações mercadológicas, a partir da medição. A finalidade deste trabalho é o desenvolvimento de uma estratégia que tenha como foco a satisfação do cliente, como forma de colaborar no sucesso e crescimento da Central Intelligence Formação de Condutores Ltda, situada na cidade de Santa Cruz do Sul. O presente estudo foi realizado em três etapas, na primeira (15 entrevistas), identificou as expectativas e dimensões que utilizam os clientes para avaliar a empresa; a segunda (75 entrevistas), avaliou os níveis de satisfação e na terceira etapa, foram desenvolvidas recomendações mercadológicas.

Instituição: UNISC - SANTA CRUZ DO SUL/RS