

## A Importância do atendimento como fator para o sucesso empresarial

Jessica Tumitan SELMOI  
Maria Lúcia Ribeiro da COSTA <sup>2</sup>

**RESUMO:** No mundo dos negócios cresce exponencialmente o desenvolvimento e o investimento em tecnologia, buscando a conquista e a fidelização do cliente como nunca foi visto antes. Apesar da tecnologia não ser problema para muitas empresas boa parte delas perdem clientes por um fator muito simples e ao mesmo tempo muito importante: o atendimento. Um atendimento diferenciado pode levar ao sucesso de uma empresa, mantendo-a no mercado por um longo período ou ser este seu maior fator de insucesso. Logicamente que apenas um bom atendimento não salva nenhuma empresa, porém colaboradores bem treinados podem ser um diferencial numa situação em que a empresa necessite do fator humano como ressalva. A primeira reação de um cliente insatisfeito é reclamar, é buscar seus direitos, com um representante do serviço prestado, ou órgão regulador, como no caso dos planos de saúde e da telefonia móvel, por exemplo. Não basta então possuir recursos financeiros, estrutura física compatível ou uma alta tecnologia se isso não condiz com o atendimento. É preciso que as pessoas envolvidas possuam o talento e a habilidade de lidar com o público. Este colaborador deve estar preparado para atender todo tipo de cliente, ter a percepção de suas necessidades, antecipar-se à essas necessidades, saber e ao mesmo tempo entender e solucionar o problema apresentado. O sucesso de uma empresa depende do diferencial do atendimento, dos meios usados para conquistar o cliente e de entender suas necessidades e expectativas sobre o que foi ou do que será oferecido. Para formar uma equipe sintonizada nas necessidades do cliente não é tarefa fácil. Precisa-se de muito investimento. O investimento não é só financeiro, requer tempo para encontrar pessoas adequadas ao cargo e ao público da empresa – por exemplo, uma academia para idosos precisa de pessoas que gostam de trabalhar com este público, que tenham paciência, que sejam atentos as limitações das pessoas neste período da vida. Não basta apenas uma estrutura física munida de tecnologia se não existe um *feedback* apropriado no pós venda, um diferencial na hora da escolha do produto ou serviço com orientações adequadas sobre o perfil do produto ou serviço que possam atender as necessidades dos clientes. Outro fator bastante relevante é a necessidade de harmonia interna dos colaboradores, uma empresa desestruturada internamente reflete na comunicação com o mercado. O chamado “*endomarketing*”, ou seja, o marketing interno desenvolvido e fortalecido com as pessoas que são o grande diferencial entre as organizações, é essencial para que seja estabelecido um equilíbrio interno e este reflita no atendimento externo e, conseqüentemente no resultado da empresa.

<sup>1</sup> Discente no 2 termo de Tecnologia em Marketing das Faculdades Integradas “Antônio Eufrásio de Toledo”, e-mail: jets\_100@hotmail.com.com.br.

<sup>2</sup> Docente dos cursos de Ciências Contábeis, Gestão Financeira e Marketing das Faculdades Integradas “Antonio Eufrásio de Toledo” de Presidente Prudente. Especialista em Planejamento Estratégico e em Gestão Empresarial e Empreendedorismo; malu@unitoledo.br.

Palavras chave: Atendimento. Sucesso. Empresa. Diferencial

<sup>1</sup> Discente no 2 termo de Tecnologia em Marketing das Faculdades Integradas “Antônio Eufrásio de Toledo”, e-mail: jets\_100@hotmail.com.com.br.

<sup>2</sup> Docente dos cursos de Ciências Contábeis, Gestão Financeira e Marketing das Faculdades Integradas “Antonio Eufrásio de Toledo” de Presidente Prudente. Especialista em Planejamento Estratégico e em Gestão Empresarial e Empreendedorismo; malu@unitoledo.br.