

# ***RAD 1404 – Pesquisa de Marketing***

## **Semana 7**

### Qualidade Percebida e Satisfação de Clientes



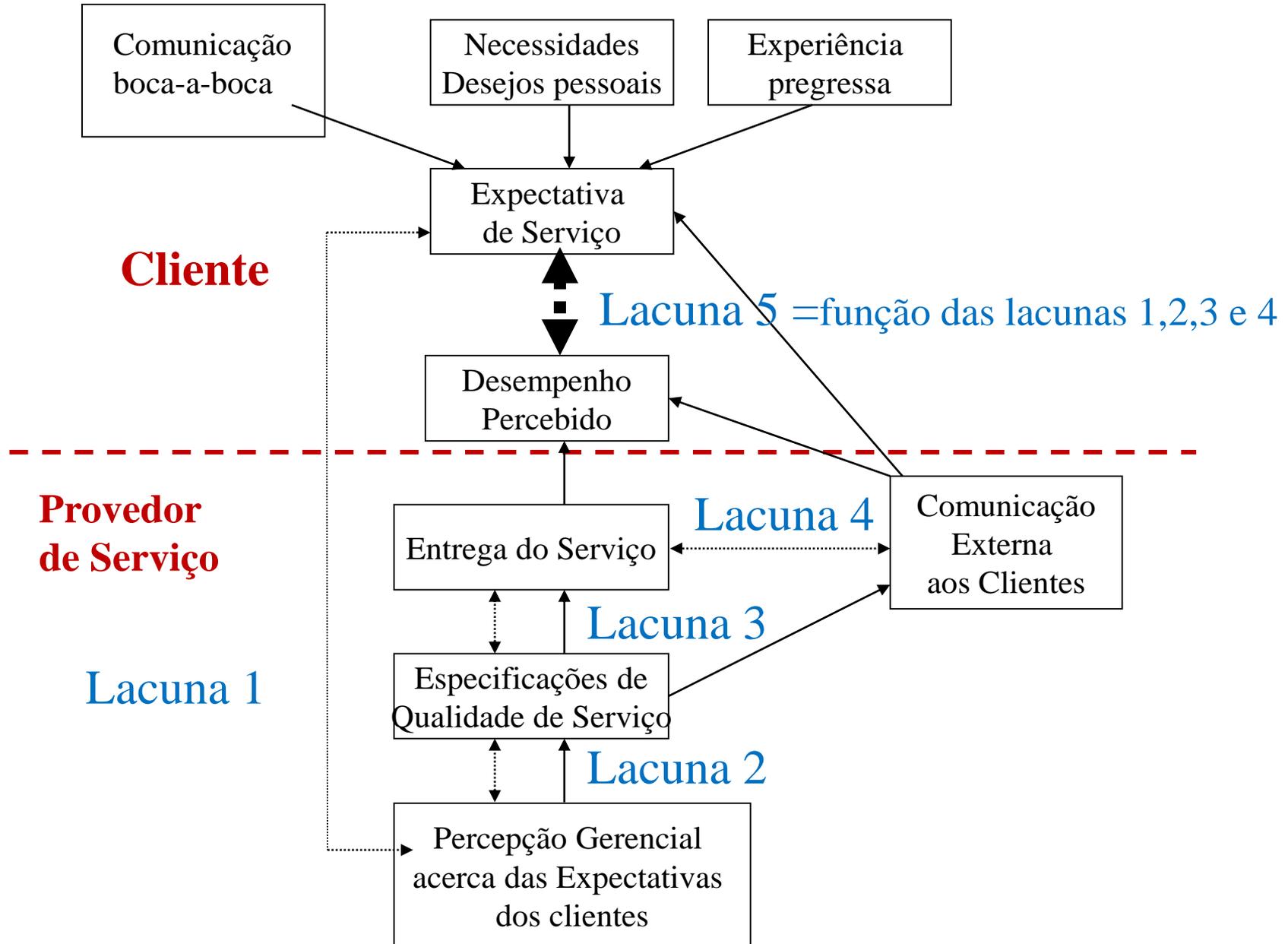
*Prof. Dirceu Tornavoi de Carvalho*

# Nosso foco Serviços aos Clientes

“Não há nada  
mais prático do  
que uma boa  
teoria”



# Modelo de Gestão da Qualidade de Serviços com foco no cliente



# Modelo das 5 lacunas de gestão da qualidade de serviços

- Lacuna 1: Gestores não entendem as expectativas dos clientes. Causas:
  - Falta de pesquisa de mercado
  - Comunicação ascendente (subordinado-chefe) inadequada
  - Muitos níveis de gestão
- Lacuna 2: As expectativas dos clientes são mal traduzidas em termos de processos e especificações de desempenho
  - Falta de especificação clara das saídas (entrega) esperadas
  - Padronização inadequada de tarefas e processos
  - Ausência de metas definidas

# Modelo das 5 lacunas de gestão da qualidade de serviços

- Lacuna 3: Não conformidade entre o serviço planejado e o serviço efetivamente entregue, Causas:
  - Conflito e/ou ambiguidade de funções
  - Pouca adequação do funcionário à função
  - Sistemas de controle inapropriados
  - Falta de trabalho em equipe e processos
- Lacuna 4: Cliente percebe o desempenho (entrega) do serviço como aquém de suas expectativas. Causas:
  - Falta de treinamento de funcionários em lidar com clientes
  - Propensão a prometer demais
  - Pouca responsabilidade dos funcionários de ponta (empowerment)
  - Sistema de incentivos inadequado

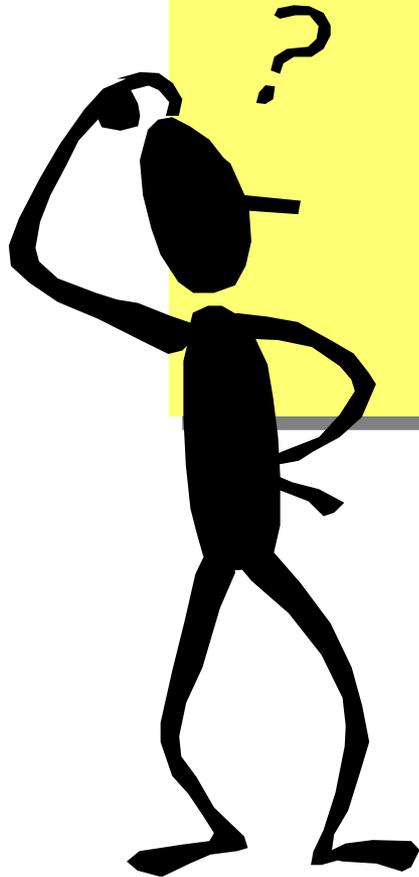
**Lacuna 5 = Satisfação = função das lacunas 1, 2, 3 e 4**

# As 10 Dimensões gerais da qualidade de serviços

- 1) Confiabilidade - executar o serviço prometido de forma confiável e com precisão
- 2) Capacidade de Resposta - vontade / disponibilidade para prestar um serviço rápido
- 3) Competência - possuir conhecimento e habilidade para realizar o serviço
- 4) Acessibilidade - Facilidade de contato com o pessoal de serviço
- 5) Cortesia - educação, consideração e simpatia do pessoal de serviço

# As 10 Dimensões gerais da qualidade de serviços (Continuação)

- 6) Comunicação - manter os clientes informados; ouvir os clientes
- 7) Credibilidade - confiável, crível, honesto
- 8) Segurança – ausência de perigo, risco ou dúvida
- 9) Compreender o cliente – Entendimento das necessidades
- 10) Tangíveis – Aspectos físicos ligados ao serviço



Satisfação

# O que é satisfação?



- Definições

- *Disconfirmação de expectativas* - Uma avaliação cognitiva envolvendo a comparação das expectativas com o desempenho percebido (Oliver 1980).
- *Afeto* - reação afetiva que captura uma avaliação de todos os aspectos do relacionamento do cliente com o produto, marca ou prestador de **serviço** (Anderson and Narus 1990).
- *Emoções positivas* do consumidor associadas à sua experiência com o produto ou serviço. Não é uma avaliação cognitiva de padrões versus performance, mas sim uma resposta emocional (ex.: encantamento, contentamento, alegria e prazer) (Fornier and Mick 1999).

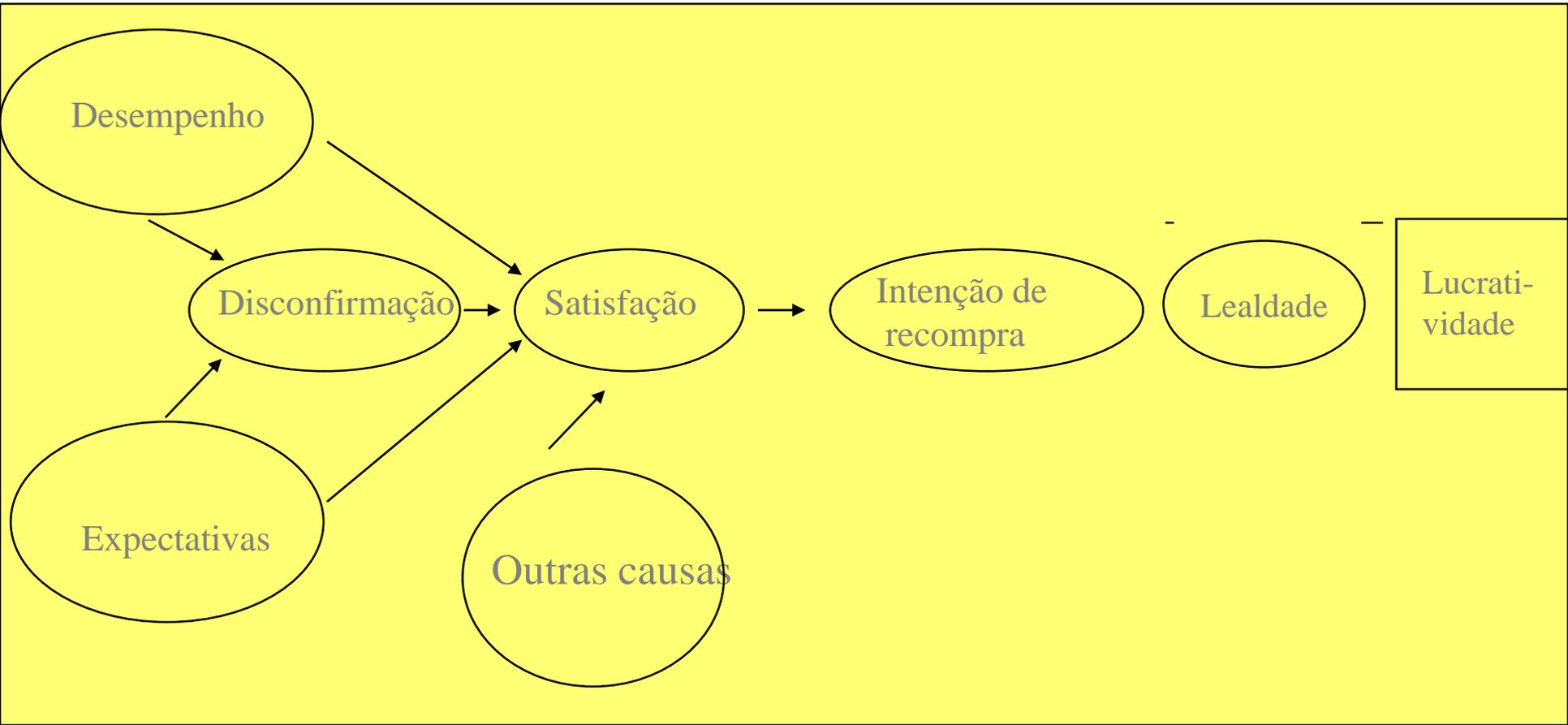
- Forma de mensuração

- Operacionalmente, satisfação é uma medida afetiva/emocional (e.g. satisfeito, feliz, triste, etc.)

# Comportamentos pós compra

## Análise da satisfação de clientes

### Modelo de Disconfirmação de Expectativas



# O Conceito de Disconfirmação

1) Desempenho percebido  $\gt$  Expectativa

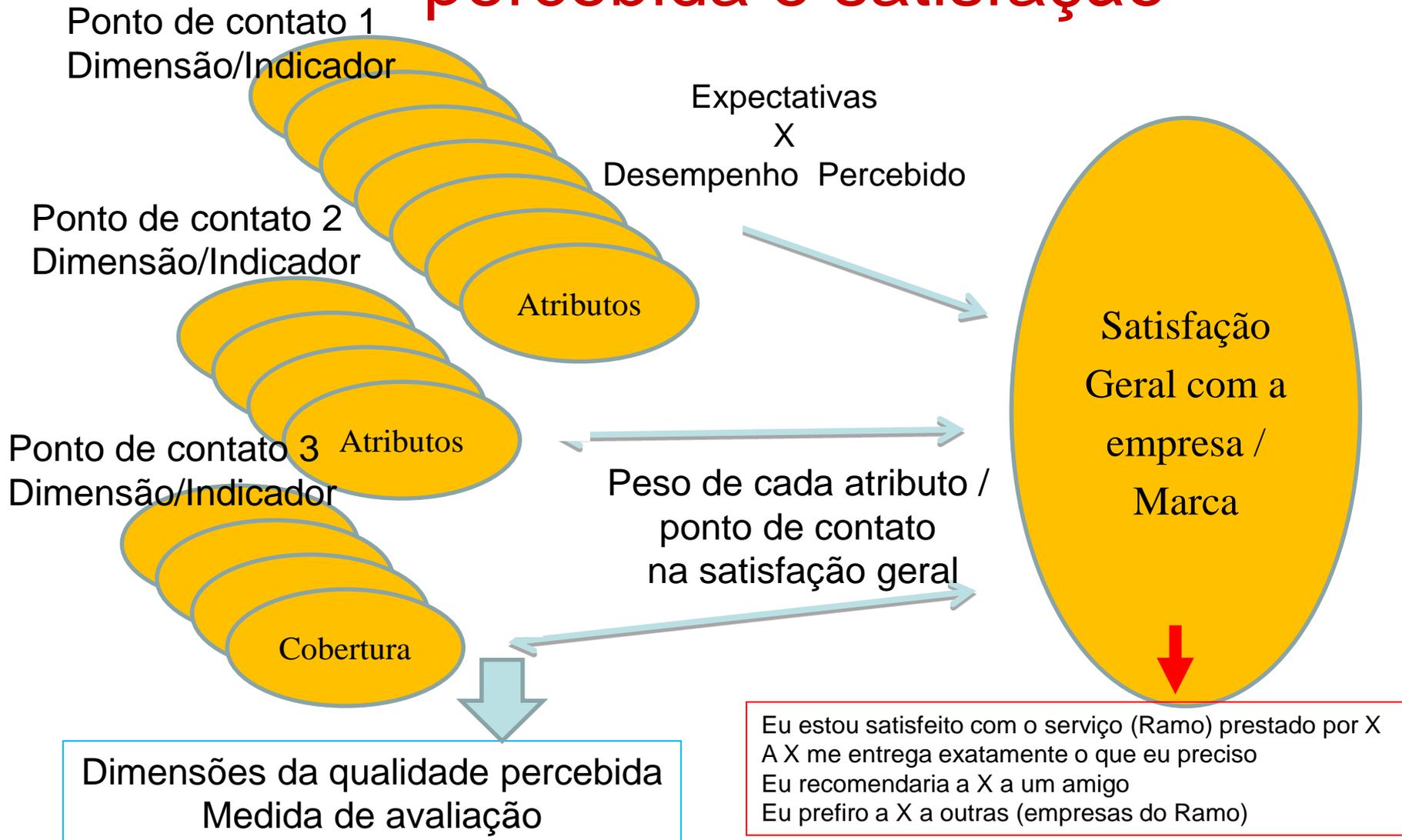
Disconfirmação positiva  $\Rightarrow$  Satisfação

Expectativa

Disconfirmação negativa  $\Rightarrow$  Insatisfação

2) Desempenho percebido  $<$  Expectativa

# Modelo para medir qualidade percebida e satisfação



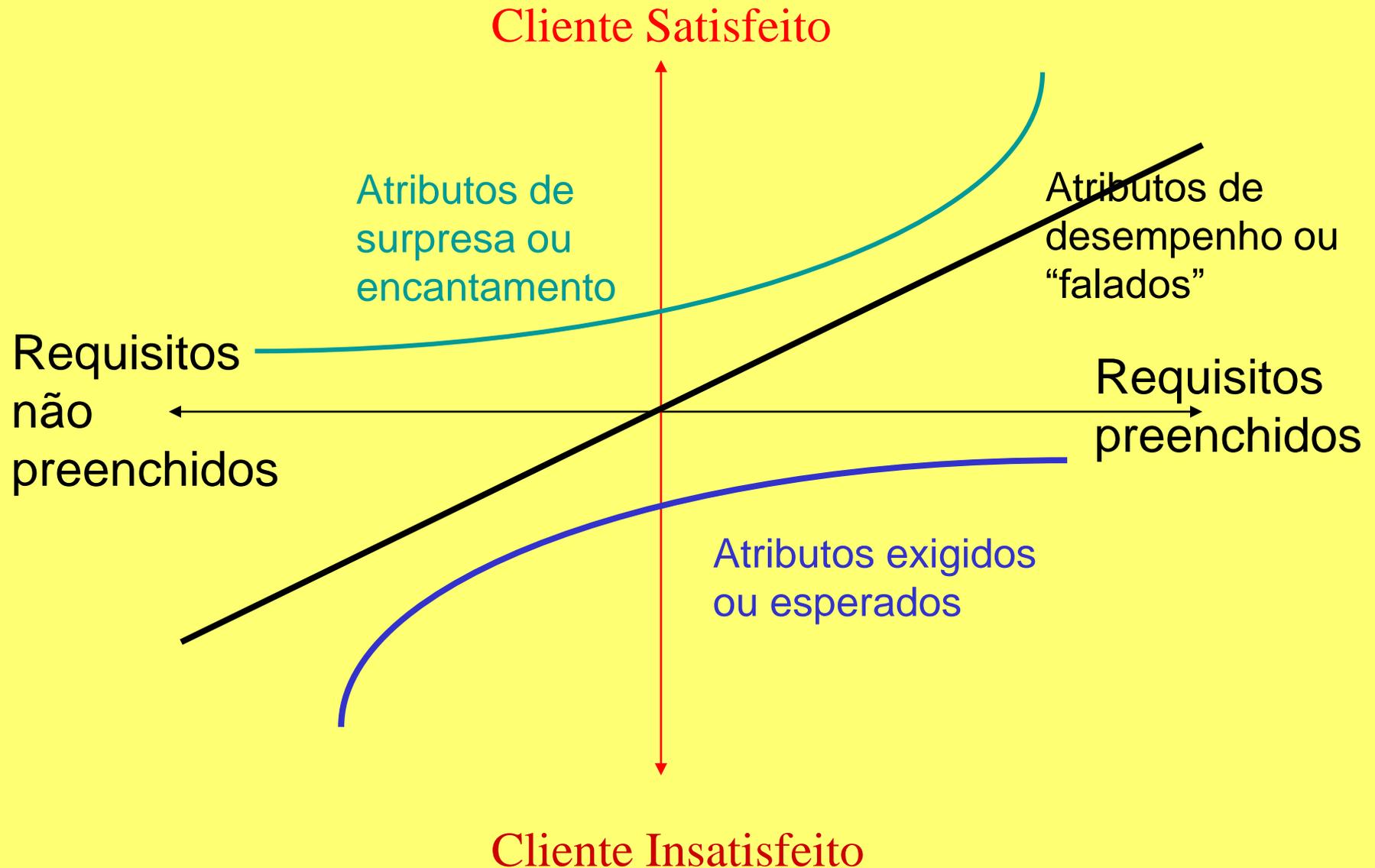
Formas de medida: escalas métricas, disconfirmação e likert



# Exemplo

- Quais são os pontos de contato que você tem em com um restaurante de comida pronta como a cantina da FEARP?
- Quais são os atributos de qualidade percebida nesses pontos?

# Atributos sobre os quais se formam expectativas Diagrama de Kano



# Índice NPS

- Questão: ***“Eu recomendaria a (empresa) a um amigo”***
- ***Net Promoter Score*** (NPS): o índice divide os consumidores entre:
- **Promotores** (aqueles que concordam totalmente),
- **Passivos** (aqueles que responderam não concordo nem discordo) e
- **Detratores** (aqueles que responderam discordo ou discordo totalmente)

# NPS: Total

*“Eu recomendaria a (empresa) a um amigo”*

