

IMPLANTAÇÃO DO PROCESSO DE ENCANTAMENTO DO CLIENTE NA REDE DE SUPERMERCADOS FAVORITO NO RIO GRANDE DO NORTE

GAMA; Sandra ¹, QUEIROZ; Jamerson Viegas ², MARQUES; Eduardo Lopes ³, QUEIROZ; Fernanda Cristina Barbosa Pereira ⁴, FURUKAVA; Marciano ⁵

RESUMO

Pretende-se discutir neste artigo sobre ações que possam encantar o cliente da rede de Supermercados Favorito, tendo como estudo de caso a Loja de Ponta Negra. Para tanto, apresentar-se-á como problema de pesquisa a busca de respostas para a seguinte pergunta: como melhorar os serviços prestados no supermercado a fim de encantar o cliente? A satisfação do cliente depende do desempenho do produto com relação ao valor relativo às expectativas do comprador. Isto é, se o desempenho faz jus às expectativas o comprador sai satisfeito, se excede as expectativas ele fica encantado. Por sua vez, o encantamento do cliente refere-se a um estado emocional profundamente positivo, resultante do fato de que as expectativas do cliente serem excedidas pelo produto entregue pela empresa. A metodologia empregada em seu desenvolvimento será baseada na abordagem quali-quantitativa. Quanto ao tipo trata-se de uma pesquisa descritiva e exploratória, cuja coleta de dados deu-se por meio de entrevistas estruturadas e visitas in loco na empresa de estudo. No tocante aos principais resultados da pesquisa é possível apontar que o setor de Frutas, Verduras e Legumes (FVL) é frequentado ao menos uma vez por semana por 65% dos respondentes, que é possível promover a Adega para que novos clientes utilizem os produtos e que o açougue recebeu uma nota média de 8,4. Finalmente, os itens que mais atraem clientes do Supermercado Favorito para a loja de Ponta Negra são o atendimento (26%), a localização (22%), o espaço (8%), a diversidade de produtos (7%), os produtos do setor Frutas - Verduras - Legumes (FLV) (7%), o preço (7%) e a organização (6%). Desta forma, e com base no levantamento realizado com a pesquisa tem-se condições de direcionar o supermercado no sentido de se tornar ainda mais atrativo para o consumidor, encantando-o com a prestação de um conjunto diferenciado de produtos e serviços.

PALAVRAS-CHAVE: Encantamento. Marketing. Varejo.

¹ Curso de Especialização em Engenharia de Negócios no Setor de Supermercados - Universidade Federal do Rio Grande do Norte, sgama8390@gmail.com

² Departamento de Engenharia de Produção - Universidade Federal do Rio Grande do Norte, viegasqueiroz@gmail.com

³ Departamento de Economia/Guarapuava - Universidade do Centro Oeste do Paraná, eduardomarques@unicentro.br

⁴ Departamento de Engenharia de Produção - Universidade Federal do Rio Grande do Norte, fernandacbperreira@gmail.com

⁵ Departamento de Engenharia de Materiais - Universidade Federal do Rio Grande do Norte, furuka2014@gmail.com