



Circuito Regional

*Ciência, Tecnologia e Inovação para
o Desenvolvimento Sustentável*

MAPEAMENTO DO PROCESSO DE VENDAS E RELACIONAMENTO COM OS CLIENTES EM UMA EMPRESA QUE ATUA NO SEGMENTO DE FERRAMENTAS INDUSTRIAIS

BALDISSERA, Luana¹; MOTERLE, Roseli Aparecida Rocha²; ROVER, Ardinete²

1. Discente do Curso de Administração, Universidade do Oeste de Santa Catarina (UNOESC); 2. Docentes do Curso de Administração, Universidade do Oeste de Santa Catarina (UNOESC).

Área: Ciências Sociais

Introdução: Na área comercial é de sua importância que ocorra uma comunicação clara entre o vendedor e o público alvo, para assim obter oportunidades e aumentar as vendas, evitar equívocos que possam deixar o cliente frustrado e insatisfeito, e alcançar a eficácia com um atendimento excelente, que seja um processo de melhoria contínua, desde o atendimento até a entrega do produto final. **Objetivo:** O estudo tem por objetivo diagnosticar o processo de vendas e a eficácia no relacionamento com os clientes em uma empresa do segmento de ferramentas industriais. **Método:** Quanto a natureza e os objetivos o estudo classifica-se como uma pesquisa aplicada e exploratória, que visa proporcionar uma investigação focada na área de vendas; quanto à abordagem do problema, se utiliza de métodos qualitativos e quantitativos, com o propósito de diagnosticar o processo de vendas e o relacionamento com os clientes, por meio de entrevistas e observação na organização, a consulta de documentos disponibilizados pela empresa e a aplicação de questionários com os clientes; quanto aos procedimentos, trata-se de um estudo de caso em uma empresa do segmento de ferramentas industriais. **Resultados:** No estudo foi realizado o mapeamento do processo de vendas, buscando analisar as etapas de interação e atendimento aos clientes. Com base nas entrevistas e a pesquisa realizada com os clientes observou-se que os clientes estão satisfeitos com o atendimento prestado, no entanto percebe-se que há necessidade de aprimorar o processo de venda e na forma de contato que atualmente é via telefone. A criação de novos canais de atendimento é uma ação altamente importante tanto para o processo de vendas como de relacionamento, o vendedor precisa ouvir o cliente, suas necessidades, desejos, sugestões e reclamações que servirão como melhorias para a organização, apresentar os produtos que são fabricados, as formas de pagamento, o processo de compra desde o início até a chegada do produto ao cliente, a empresa deve ficar disponível, contatar o cliente para saber se a mercadoria chegou conforme solicitado no atendimento, se está tudo ok, sem danificações, entre outros problemas. **Conclusão:** Ao final desse estudo, foram propostas ações de melhoria no processo e no relacionamento com os clientes, especialmente com a criação de



Circuito Regional

*Ciência, Tecnologia e Inovação para
o Desenvolvimento Sustentável*

redes sociais, atendimento via whatsapp, a realização de pesquisa periódicas e também a melhoria nos sistemas de informação da organização, de modo que todo o ciclo do processo possa ser acompanhado e gerenciado.

Palavras-chave: Processo de vendas; Relacionamento com clientes; Atendimento.

Contato: Luana Baldissera, luanaabaldissera@gmail.com; Roseli Aparecida Rocha Moterle, roseli.moterle@unoesc.du.br; Ardinete Rover, Ardinete.rover@unoesc.edu.br

Agradecimentos: A autora Luana Baldissera agradece a empresa que oportunizou a realização do estágio do curso de Administração e o desenvolvimento deste estudo.