RESUMO

As organizações devem procurar compreender a visão do cliente a fim de cumprir as suas expectativas, de forma a melhorar o desempenho financeiro.

No presente trabalho foram analisadas a lealdade e a satisfação dos clientes de uma empresa de software doravante denominada Alfa[1], certificada em 2009 pela norma ISO 9001, no departamento de apoio ao cliente.

A lealdade é uma métrica de sucesso nas empresas que revelam poder de mercado para executarem preços mais elevados nos seus produtos/serviços. Assim, ao perceber o tipo de relacionamento que o cliente tem com a organização, a empresa terá melhores ferramentas para poder tomar decisões acerca da sua estratégia.

O estudo da satisfação e lealdade ocorreu num contexto de mercados Business to Business (B2B), através da análise de 7459 tickets abertos por empresas clientes, entre janeiro de 2015 até o final do ano de 2018, referentes aos problemas e incidentes dos softwares desenvolvidos pela empresa Alfa. A abertura de um Ticket representa uma solicitação de assistência técnica de um problema ou questão por parte de um cliente à entidade prestadora do serviço.

Foi objetivo do presente estudo analisar relação entre satisfação do cliente e número de tickets e analisar a evolução das práticas aplicadas nos momentos de verdade.

A empresa procura implementar no mercado novas versões do seu software, com mais funcionalidade, com o objetivo de responder melhor às expectativas dos seus usuários. No entanto, apesar da empresa procurar responder às expectativas dos clientes, estes têm aumentando o número de reclamações.

Os resultados obtidos permitem concluir que a empresa Alfa está empenhada em ter uma orientação para a qualidade, no entanto, ainda longe de ser uma empresa de excelência.

Palavras-Chave: Satisfação; Qualidade; Lealdade; tickets; Empresa de software

[1] Por questões de confidencialidade, a pedido da empresa, o nome da entidade não será revelado.

ABSTRACT

The organizations should try to understand the customer vision to meet with their customers' expectations, in order to improve their financial performance.

This work aims to analyze the loyalty and customer satisfaction of a software company, henceforth called Alpha[2], certified in 2009 by ISO 9001, in the customer service department.

Loyalty is a success metric in companies that show market power to run higher prices on their products/services. Thus, by understanding what type of relationship the customer has with the organization, the company will have better tools to make decisions about its strategy.

The satisfaction and loyalty study took place in a context of Business to Business (B2B) markets, through the analysis of 7459 Tickets opened by client companies, from January 2015 to the end of 2018, referring to the problems and incidents of the software developed by Alpha company. Opening a Ticket represents a customer request for technical assistance of an issue from the service provider.

The objective of the study was to analyze the relationship between customer satisfaction and number of tickets and to analyze the evolution of the practices applied in the moments of truth.

The company seeks to deploy new versions of its software, with more functionality, in order to better meet the expectations of its users. However, while the company seeks to respond to customer expectations, they are increasing the number of complaints.

The achieved results allowed me to conclude that the company Alpha is committed to focus on their quality control, however, it's still far from being a company of excellence.

KeyWords: Satisfaction; Quality; Loyalty; tickets; Software Company

[2] For confidentiality reasons, at the company's request, the name of the entity will not be revealed.