

# O CLIENTE COMO O PATRIMÔNIO MAIS VALIOSO

NETO<sup>1</sup>, Antonio Rodrigues  
PORFÍRIO<sup>1</sup>, Anderson Cassiano  
SILVA<sup>1</sup>, Carlos Eduardo Candido da  
SILVA<sup>2</sup>, Thiago Ferreira da

## RESUMO

A qualidade no atendimento e no serviço prestado por uma empresa é sem dúvida o item mais importante para o sucesso dessa empresa nos dias de hoje. Com essa competitividade no mundo em que vivemos é quase impossível uma empresa sobreviver sem a qualidade total dos seus serviços, e que, para isso, tem que se utilizar de algumas ferramentas para buscar a sua qualidade total, e diferenciar-se dos seus concorrentes, obtendo assim o sucesso no mercado, e, além de obter essas vantagens a empresa terá o cliente como sua razão de existir e isso implicará numa gestão de qualidade e lucratividade do patrimônio de sua empresa. O cliente é sem dúvida o patrimônio mais valioso de qualquer empresa, e o bom atendimento a ele e as suas necessidades irão fazer com que a empresa tenha vantagens no mercado, e um futuro promissor.

**Palavras-Chave:** Cliente, Concorrentes, Qualidade de Serviço, Vantagem.

## ABSTRACT

The quality of care and service provided by a company is undoubtedly the most important item for the success of this company today. With this competitive world we live in is almost impossible for a company to survive without the overall quality of their services, and for that, you have to use some tools to get your total quality, and differentiate themselves from their competitors, thus achieving market success, and beyond to get these advantages the company has the customer as their reason to exist and this will require a quality management and profitability of the equity of your company. The client is undoubtedly the most valuable asset of any company, and good service to him and your needs will make the company has market advantages, and a promising future.

**Keywords:** Client, Competitors, Quality of Service, Advantage.

## 1. INTRODUÇÃO

Nos dias de hoje estamos diretamente ligados com a prestação de serviço, temos vários contatos durante a vida, com varias áreas envolvidos no atendimento de nossas necessidades, toda vez que consumimos alguma coisa, estamos colocando em funcionamento uma grande rede de serviços, além das pessoas que fazem o nosso atendimento também tem as pessoas ligadas indiretamente como transporte, transações bancarias, processamento de dados, etc.

Com o passar dos anos essa prestação de serviço foi sendo cada vez mais melhorada (inovada), e os empresários e comerciantes começaram a entender o que é o cliente para a sua empresa, e como o entendes para melhorar os seus atendimentos e se diferenciar da sua concorrência.

A empresa tem que conhecer os seus clientes, tem que fazer deles o seu “ativo”... Imagine como cada empresa administra o seu ativo, tem que fazer um

---

<sup>1</sup>Discente da Faculdade de Ciências Jurídicas e Gerenciais de Garça/ACEG. E-mail: neto39art@hotmail.com

<sup>2</sup>Docente da Faculdade de Ciências Jurídicas e Gerenciais de Garça/ACEG. E-mail: thiago@faef.br

inventário, um seguro, ver se está funcionando e fazer a manutenção, com os clientes é a mesma coisa, você tem que verificá-los, como se proteger de eventuais perdas de clientes e como checá-los regularmente para saber se suas necessidades estão sendo atendidas.

O cliente tem que ser considerado a peça principal para uma administração de serviço com qualidade, embora algumas organizações dêem preferência a qualidade de seus produtos e esquecem da qualidade de serviço ao cliente, o que para (ALBRECHT e BRADFORD, 1992) é um erro, segundo eles as empresas não percebem uma verdade fundamental: o cliente é o patrimônio mais valioso!.

Para Wallace, (1994), essas empresas que não tratam os clientes como, pessoas com sentimentos, encerrarão suas atividades ou diminuirão drasticamente seu volume, pois dizer um “sim, será um prazer em atendê-lo” torna a vida mais agradável e menos turbulenta e faz com que o cliente deseja voltar ao nosso estabelecimento.

Conforme Mirshawka, (1993), o cliente é a primeira pessoa com o que nós temos que nos preocupar, não adianta ter um bom produto se não tiver um bom serviço, o bom serviço complementa o produto e atende as necessidades do cliente no qual o produto sozinho, não consegue atender.

No mundo em que vivemos hoje, a competitividade é grande, e a sua volta tem muitos concorrentes querendo conquistar e levar os seus clientes, e para não perder-los temos que ter um serviço de altíssima qualidade e que satisfaça nossos clientes fazendo com que retornem outras vezes e que sempre estejam satisfeitos com os nossos serviços.

O cliente que recebe um bom atendimento ou um bom serviço vai desejar voltar, além do que, também irá fazer a propaganda da empresa mesmo que seja indiretamente com amigos e parentes, e, um cliente satisfeito é um cliente fiel, e que sempre vai trazer clientes novos para a empresa, pois sempre estará recomendando aos seus amigos.

Para que uma empresa seja bem sucedida e tenha um bom serviço, ela tem que vender aquilo que o cliente quer comprar e para isso você tem que conhecer o seu cliente saber as suas necessidades e vontades e estimulá-lo para fazer uma compra de um produto ou serviço de qualidade e que satisfaça as expectativas desse cliente, e para isso, você tem que usar várias ferramentas e tomar certas

decisões desde a entrada do cliente em sua empresa até o seu retorno posteriormente.

## 2. DESENVOLVIMENTO

Há alguns anos atrás o cliente seria a pessoa que entrava na loja, chamava o vendedor e comprava qualquer produto. Já nos dias de hoje e com tanta competitividade, os empresários (seja lá qual ramo) entenderam que se tratar os clientes assim, acabaria pendendo-os para a sua concorrência.

É importante que você não se esqueça da sua tentativa de mudança que você deve saber: o que o seu cliente quer, do que o seu cliente necessita o que seu cliente sente o que sua cliente pensa, se o seu cliente está satisfeito, se o seu cliente voltará.  
(MIRSHAWKA, 1993, p.23)

Para Wallace, (1994), as empresas devem tratar os seus clientes da mesma forma em que elas gostariam de ser tratadas pelos seus fornecedores, e que a dificuldade de satisfazer os seus clientes é por causa de: prioridades equivocadas, falta de foco, sinais de alta gerencia que são inconsistentes e a falta das ferramentas adequadas.

Então podemos chamar o cliente como um Patrimônio da nossa empresa, pois é ele que deposita não só o dinheiro mais a sua confiança e expectativa em relação a nossa empresa.

O problema é que muitas firmas e inúmeros profissionais não entendem o cliente dessa forma.

Na área da saúde (...) essa pessoa é chamada de vários modos: paciente, doente exceto pelo mais significativo: cliente. Aparentemente (...) o profissional da área da saúde encara a pessoa doente como alguém que tem que ser tratado, curado e não como uma pessoa que exata pagando muito bem pelo serviço.  
(ALBRECHT; BRADFORD, 1992, p.13)

Pois o cliente é aquela pessoa que vai ate você ou sua empresa para comprar um produto ou serviço de qualidade, em troca de um pagamento.

O problema é que os clientes estão se tornando cada vez mais exigentes e a concorrência esta cada vez mais acirrada, porque nos dias de hoje a procura pela excelência é uma obrigação, e os clientes esperam que ao surgir um problema

alguém o solucione, e as empresas tem que estar preparadas para isso pois sempre tem a concorrência e você tem que estar um passo a frente.

Para conhecer o seu cliente, você tem que entrar na cabeça dele e enxergar com os olhos dele a sua empresa e com isso tirar as suas conclusões, e não ver a sua empresa como você imagine que seja.

Segundo ALBRECHT e, BRADFORD, (1992), você tem que saber o que o cliente quer ou o que ele deseja que seja feito para poder atendê-los da melhor forma possível, além disso eles citam vários casos reais e vivenciados por eles durante suas carreiras e mostram a grande vantagem de ter o cliente em primeiro lugar.

A ligação com os clientes podem ser físicas ou informativas, físicas quando a empresa se constrói perto do cliente fazendo com que o cliente compre nela por estar ali do lado, mas nem sempre isso é possível e funciona às vezes a informação é mais eficaz, e com ela a empresa enxerga as necessidades do seu cliente e consegue na maioria das vezes suprir as necessidades daquele cliente.

Também existem as reclamações, geralmente o cliente quando reclama é porque quer continuar cliente de sua empresa, e reclama para tentar obter melhorias ou para ajudar-nos a melhorar o nosso atendimento, por isso que o cliente sempre tem que estar em primeiro lugar, pois é ele que mantém a nossa empresa aberta.

Quando você olha com os olhos de cliente, você passa a enxergar um retrato diferente de sua empresa e com isso tentar melhorá-la, e para você criar um sistema com foco no serviço você tem que ser especialista na área de conhecer os clientes.

Você precisa enxergar seus clientes como patrimônio mais valioso, que precisam ser cuidados e mantidos para que sejam fiéis(...)só então, você estará em posição de desenvolver uma vantagem competitiva com base numa qualidade constatada de serviço.  
(ALBRECHT; BRADFORD, 1992, p.12)

O empregado esta na linha de frente de uma empresa, é com ele o primeiro contato de um cliente, a primeira impressão dada pela empresa seja ela boa ou ruim sempre é o funcionário que vai passar a nossa primeira impressão para o cliente.

WALLACE, (1994), acredita que o pessoal da empresa (funcionários) tem que sair das quatro paredes do seu setor e comunicar com os clientes, precisa encontrar e conversar freqüentemente com eles e meditar no que ouvem para assim melhorar profissionalmente e saber onde esta errando para poder corrigir, mas nem

sempre é bom escutar algumas verdades, mas são elas que vai nos fazer entender a visão dos clientes sobre a nossa empresa.

Nessa nova era, a palavra chave é Inovação, é criar novas formas de fazer as coisas, e a empresa deve mover-se continuamente para não perder para os seus concorrentes, e sempre deve se mover em direção ao seus clientes, pensando como eles, e ouvindo eles.

Por isso que temos que ter funcionários qualificados e muito bem treinados para saber lidar com nossos clientes, a boa qualidade de serviço começa com os momentos da verdade entre funcionários e clientes da nossa empresa, o bom relacionamento dos dois acarretará em um bom início de um sistema de serviço com qualidade.

Para WALLACE, (1994), a demanda dos clientes deve nortear a empresa, e a Gestão da demanda é que vai verificar se esse processo esta sendo feito corretamente, com isso a demanda é monitorada e gerenciada de modo que se assegure a sua sincronia com os recursos para atendê-la, e essa Gestão compõe de três grandes elementos:

1. Previsões eficaz de venda: são geradas pelo pessoal de marketing e venda e serve para adquirir recursos e fazer o planejamento financeiro.
2. Planejamento de vendas pró-ativo: é como iremos receber os pedidos dos clientes que o departamento de marketing e vendas se comprometeu a vender e como planeja fazê-lo.
3. Recebimento de pedidos do cliente e promessa dos seus atendimentos integrados: é a entrega dos pedidos integrados ao conjunto operacional de sua empresa, fazendo com que sua programação-mestre seja desempenhada corretamente e que a empresa desempenhe o prometido ao cliente.

A Gestão de Demanda dos clientes não trata apenas dos clientes externos e sim de um todo, encarando as pessoas que fazem parte da mesma organização também como clientes.

O cliente externo de uma empresa é o cliente final, é quem compra o produto ou serviço da sua empresa, já o cliente interno trata-se de um departamento, ou funcionário da empresa em relação a outro, por exemplo: digamos que você trabalha como vendedor em uma empresa, para que o produto ou serviço vendido seja entregue, ele terá que passar por vários departamentos, como depósito

departamento fiscal, entrega, etc. Esses departamentos são clientes e fornecedores uns dos outros, e por isso são chamados de clientes internos porque trabalham na nossa empresa.

E se a empresa tratar bem os clientes internos, eles irão saber também, tratar os clientes externos porque são eles que estarão fazendo esse elo com os clientes externos.

### 3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Contudo podemos dizer que, o cliente é a razão de existir de uma empresa e que, e com o passar dos anos isso torna cada vez mais obrigatório para uma empresa que quer buscar o sucesso e a excelência nesse mercado de trabalho tão competitivo como é nos dias de hoje, mas devemos lembrar que como existe bom e mau produto também existe bom e mau serviço e o cliente sempre vai buscar o melhor para ele.

Tratar o cliente bem, não é mais um capricho e sim uma necessidade, e as empresas que estão buscando essa qualidade estão obtendo sucesso e lucratividade, além de diversos elogios e grande demanda de clientes novos.

Como os funcionários estão na linha de frente da empresa, o coreto é ter funcionários preparados e treinados para lhe dar com seus clientes, pois nem sempre o cliente tem razão, mas ele sempre tem que estar em primeiro lugar. E qualquer erro em um atendimento ou em um serviço ou produto poderá acarretar em uma serie de prejuízos, e principalmente a perca dos clientes.

Outra principal função é tratar bem os seus clientes internos, pois são eles que passaram para os clientes externos a impressão de sua empresa, são eles que irão fazer a ligação entre empresa/cliente, e são eles que determinam se a empresa vai ter sucesso ou o fracasso.

Portanto a satisfação dos clientes sempre será lucro para sua empresa e manter os clientes satisfeitos é caminhar rumo ao sucesso.

### 4. REFERÊNCIAS

ALBRECHT, Karl e BRADFORD, Lawrence Jr. **Serviços com Qualidade**. A Vantagem Competitiva. São Paulo: Editora McGraw-Hill, 1992.  
JORDÃO, Sonia, **O Cliente é o Maior Patrimônio da Empresa**, 2010, disponível em: <<http://www.administradores.com.br/informe-se/artigos/o-cliente-e-o-maior-patrimonio-da-empresa/45202/>>. Acesso em :12 de Março de 2012.

MIRSHAWKA, Victor. **Criando Valor Para o Cliente**, A Vez do Brasil. São Paulo: Editora McGraw-Hill, 1993.

WALLACE, Tomas. **A Estratégia Voltada para o Cliente**. Rio de Janeiro: Editora Campus, 1994.