

Evento: XXV Seminário de Iniciação Científica

**FERRAMENTAS DA QUALIDADE COMO DIFERENCIAL COMPETITIVO NO
PROCESSO DE VENDAS EM UMA ORGANIZAÇÃO DO SETOR TERCIÁRIO¹
QUALITY TOOLS AS A COMPETITIVE DIFFERENTIAL IN THE PROCESS
OF SALES IN AN ORGANIZATION OF THE THIRD PARTY SECTOR**

**Luís Fernando Irgang Dos Santos², Claudio Rodrigo Machado Fraga³,
Marisandra Da Silva Casali⁴, Vanessa Hasper Dessbesell⁵, Liane Beatriz
Rotili⁶**

¹ Trabalho sobre Qualidade, desenvolvido na disciplina de Estratégias de Operações do Curso de Administração da Unijuí

² Bacharel em Administração pela Unijuí. E-mail: luis.irgang@hotmail.com

³ Acadêmico do Curso de Administração da Unijuí. E-mail: crmfraga@gmail.com

⁴ Professora Mestre do Dacec - Unijuí. E-mail: marisandra.casali@unijui.edu.br

⁵ Graduada em Administração pela Unijuí; Mestranda em Desenvolvimento Regional pela Unijuí. E-mail: vanessahasper@hotmail.com

⁶ Graduada em Administração pela Unijuí; Mestranda em Desenvolvimento Regional pela Unijuí. E-mail: rotili@terra.com.br

Introdução

Segundo Maximiano (1993), uma organização é uma combinação de esforços individuais que tem por finalidade realizar propósitos coletivos. Esses esforços nada mais são do que um conjunto de atividades e tarefas, desempenhadas por pessoas para que através delas se alcancem os resultados esperados pelo grupo. No caso de uma organização empresarial os objetivos, normalmente são definidos pela direção.

Baldam et al. (2007), afirmam que um encadeamento de atividades executadas dentro de uma companhia ou organização, que transformam entradas em saídas pode ser caracterizado como um processo. Assim, as organizações são formadas por um conjunto de processos, tenham elas consciência disso ou não. As organizações compram, vendem, concedem crediário, produzem seus produtos, transportam suas mercadorias, atendem seus clientes, enfim, todo o fluxo de trabalho executado, seja ele na área em que for, tem um objetivo, um motivo pelo qual existe, ou pelo menos deveria ter. Embora, em um grande número de organizações esse fluxo de atividades e tarefas seja feito de maneira informal, sem um padrão e sem uma sequência lógica, fazendo com que atividades que não agregam valor sejam executadas ou feitas de forma ineficiente, comprometendo muitas vezes o desempenho organizacional.

Para (PASQUALINI e SIEDENBERG 2012, P. 41): “Normalmente a qualidade é entendida como um atributo de produtos ou serviços, mas pode referir-se a tudo que é feito pelas pessoas”, e nessa ótica pretende-se através desse trabalho analisar, entender e propor melhorias na forma como uma organização prestadora de serviços vende.

Evento: XXV Seminário de Iniciação Científica

Segundo Gomes (2004) algumas ferramentas da qualidade são técnicas de apoio que podem auxiliar a analisar e propor soluções para os problemas que interferem no bom desempenho dos processos de trabalho. Dessa forma este estudo tem como objetivo analisar o processo de venda de uma empresa do terceiro setor com o auxílio de ferramentas da qualidade. De maneira que se estabelece em três partes, inicialmente será apresentada a metodologia empregada, na sequência será apresentada a análise dos resultados e discussões e por fim as considerações finais do estudo.

Metodologia

Foi realizada uma pesquisa de campo com o intuito de observar analisar o processo de vendas de uma empresa do terceiro setor com o auxílio de ferramentas da qualidade. Quanto à abordagem, a pesquisa feita foi qualitativa com caráter descritivo e o método de investigação utilizado foi o estudo de caso. Na coleta dos dados, usou-se de técnicas como pesquisa bibliográfica para embasamento teórico, pesquisa documental e também questionário não estruturado, objetivando entendimento da situação atual. Os dados foram levantados no mês de abril de 2017.

Resultados e Discussão

As organizações precisam atuar de maneira eficaz, não somente atendendo as necessidades e desejos de seus clientes, mas também procurando superar suas expectativas. Num mercado cada vez mais competitivo, onde a concorrência anda de olho no consumidor e briga por cada negócio, é preciso ser eficaz no atendimento ao cliente e também ser eficiente no desempenho de suas tarefas e atividades. Desta forma buscou-se o entendimento de como se dá a qualidade operacional do processo de vendas em uma empresa prestadora de serviços, qual os principais problemas, suas causas e consequências e pôr fim a proposição de um plano de ação para corrigi-los.

Brainstorming

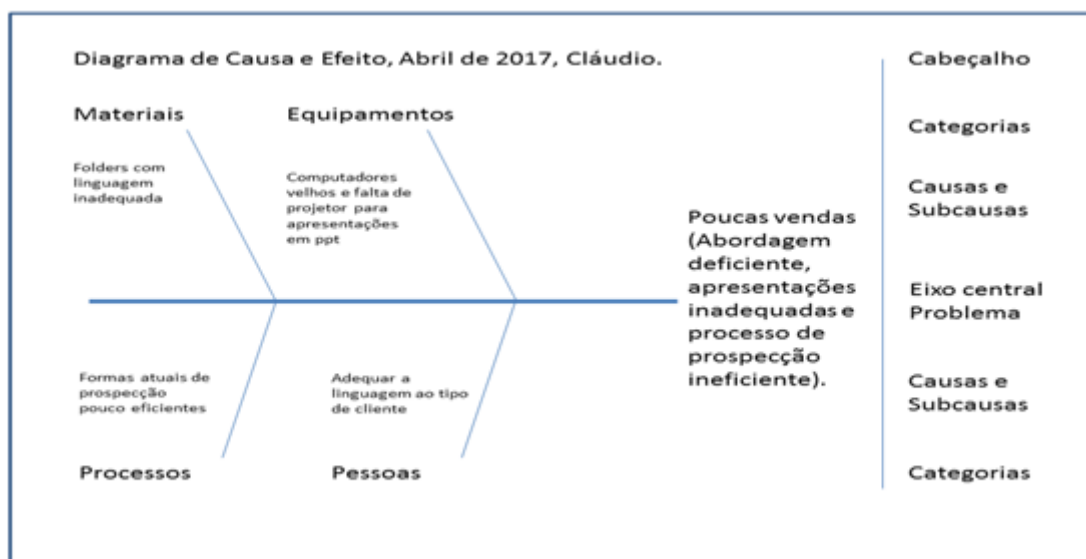
Para identificação de possíveis problemas, relacionados a qualidade no processo de vendas utilizou-se do Brainstorming (tempestade de ideias), que para (PASQUALINI E SIEDENBERG 2012, P. 53): " é um processo de grupo em que os indivíduos emitem ideias de forma livre, sem críticas, no menor espaço de tempo possível a fim de gerar ideias ou soluções inovadoras que levem um determinado projeto adiante". Problemas identificados: Ciclo longo de vendas; Adequar a abordagem de vendas à linguagem que facilite o entendimento do cliente; Dificuldades em fazer o cliente entender o que é o produto/serviço e seus benefícios; Apresentação de vendas não muito clara para alguns clientes; Abordagem de vendas a clientes que não se encaixam no perfil de cliente ideal; Dúvidas de alguns clientes em relação à expertise da empresa na área geram dificuldades em vender; Pouco tempo de vida da empresa gera desconfiança por parte do mercado; Materiais publicitários não muito claros; Dificuldades de prospecção de novos clientes; formas atuais de prospecção pouco eficientes; Algumas dificuldades em apresentar proposta de valor para empresas de segmentos específicos; Falta pedir mais depoimentos de clientes satisfeitos e usar como argumento de vendas.

Evento: XXV Seminário de Iniciação Científica

Diagrama de causa e efeito

A partir dos problemas identificados e, com o uso do diagrama de Ishikawa, que de acordo com (PASQUALINI E SIEDERBERG) é: “uma ferramenta de representação das possíveis causas que levam a um determinado efeito”, foram selecionados os três principais problemas, e assim far-se-á a identificação de suas causas.

Figura 1 - Diagrama de causa e efeito



Fonte: Autores (2017).

Na figura 1 o diagrama apresentado mostra os problemas (efeitos) enfrentados hoje pela organização, e também algumas de suas causas, pois o primeiro passo para enfrentar o problema é conhecê-lo.

Ferramenta 5W2H

A ferramenta 5W2H é uma maneira de representar caminhos para a solução de problemas identificados. Por meio dela se cria um plano de ação para corrigir gargalos e, no caso da organização estudada e alguns dos problemas já identificados, irá contribuir para dar direção rumo a soluções.

Evento: XXV Seminário de Iniciação Científica

Figura 2 - 5W2H

Plano de Ação

Setor: Comercial

Objetivo: Melhorar o resultado das vendas

O que	Quem	Quando	Onde	Por que	Como	Quanto
Criar material publicitário	Marketing	Maio de 2017	Na empresa	Melhorar a comunicação com o mercado	Em parceria com agência de publicidade	R\$ 500,00
Analisar e otimizar o processo de vendas	Marketing e vendas	Maio de 2017	Na empresa	Tornar o processo mais eficaz para atingir seu objetivo de vendas	Analisando como o processo é hoje e contemplar melhorias	Apenas tempo da equipe já alocada para esse trabalho

Fonte: Autores (2017)

Considerações finais

A utilização das ferramentas da qualidade, nesse trabalho fez com que fosse possível não somente a identificação de alguns de seus problemas, suas causas e principalmente criação de um plano de ação para resolver esses gargalos tornando a organização mais eficiente.

A qualidade é uma área de extrema importância, pois através dela, de suas ferramentas, é possível a identificação de problemas, também e, principalmente, buscar soluções, objetivando sempre a melhoria, tanto em processos internos para tornar a organização mais eficiente, quanto nos produtos e serviços, para assim ser mais eficaz no atendimento ao cliente. Com isso, espera-se que essa organização tenha a partir desse trabalho a otimização dos seus resultados de venda.

Palavras-Chave: Ferramentas da Qualidade; Processo de Vendas; Diagrama de causa e efeito; 5W2H; Brainstorming.

Keywords: *Quality tools; Sales Process; Cause and Effect Diagram; 5W2H; Brainstorming*

Referências Bibliográficas

BALDAM, Roquemar de Lima; VALLE, Rogério de Aragão Bastos do; PEREIRA, Humberto Rubens Maciel; HILST, Sérgio de Mattos; ABREU, Maurício Pereira de; SOBRAL, Valmir santos. **Gerenciamento de processos de negócio:** BPM Process Management. 2. ed. São Paulo: Editora Érica, 2007.

Evento: XXV Seminário de Iniciação Científica

MAXIMIANO, Antonio César Amaru. **Introdução à administração**. 3ª edição. São Paulo: Editora Atlas, 1993.

PASQUALINI, Fernanda e SIEDENBERG, Rugard Dieter. **Estratégias de operações** - Ijuí : Ed. Unijuí, 2012. - 124 p. - (Coleção educação a distância. Série livro-texto).