**ATENDIMENTO DE QUALIDADE**

O atendimento ao cliente é considerado uma chave para o sucesso de qualquer organização, seja ela pública ou privada. Os colaboradores que vivem em um ambiente favorável e tem um relacionamento organizacional estável, repassa ao cliente confiança, segurança e credibilidade. No atendimento, se configura a oportunidade que a empresa tem de conquistar clientes.

No primeiro contato que a empresa tem com o cliente, ela deve transmitir uma imagem boa imagem, por que a primeira impressão é a que fica. Vale destacar, a importância que deve ser dado ao cliente, porque cada um é único e valioso para a organização. É evidente que um cliente que se sinta valorizado pela organização e satisfeito pela prestação de serviço ou até mesmo, pela aquisição de produtos, levará essa informação através do boca a boca a milhares de pessoas, que estão em busca de qualidade efetiva.

É de suma importância que a organização mantenha colaboradores eficientes, mas para isso é importante saber recrutar e selecionar talentos. Devemos começar perguntando três coisas, até mesmo aos trabalhadores de conhecimento de nível inferior: Quais são suas forças e em que você deve trabalhar? O que esta empresa deve esperar de você e dentro de que prazo? E de que informações você necessita para fazer seu trabalho e de quais você possui?

(DRUCKER, Peter F., 2002, p. 32)

No entanto, é lamentável observar que ainda existem organizações que se preocupam apenas em obter lucros, vendendo suas mercadorias ou prestando serviços de qualquer forma, sem estabelecer um foco, sem ter responsabilidade social ou compromisso com o mercado consumidor. Estas, ainda apresentam uma mentalidade retrógrada, acreditando que investir em treinamentos para qualificar seus funcionários e um custo e desnecessário.

Estamos na época da globalização, onde só cresce, quem está preparado para lidar com mudanças e disposto a se adequar a elas. Para WELLMAN – Moser, 2002 “vivemos em uma época de mudanças. Não seja uma pessoa que reage a mudança. Seja a pessoa que a inicia”.

Com a praticidade do comércio virtual o consumidor nem precisa mais sair de casa para ir às compras, por conta disso, é importante que haja o diferencial no atendimento deste consumidor, para que o mesmo sinta-se atraído para sair de casa e ir até aquela organização não só pelo produto mas também pelo ambiente agradável e que lhe faz bem.

Segundo DEMING(1990) apud RIBEIRO, “Qualidade é sentir orgulho do trabalho bem feito. Melhoria da qualidade eleva a produtividade”. Isto é fato, mas infelizmente inúmeras instituições não estão preocupadas com a qualidade nos serviços, preocupam-se apenas em auferir lucratividade, sequer tem um clima organizacional interno favorável, o relacionamento com os seus colaboradores é instável e consequentemente isso será transmitido direto ou indiretamente ao cliente.

Por tanto, é necessário reinventar-se, e focar na satisfação do cliente, adaptar-se as evoluções do mercado, inovando sempre, e tornar constante a busca pela qualidade total do atendimento. A concorrência é para ser vista como uma oportunidade e não como uma fraqueza, ela é capaz de possibilitar a busca pelo conhecimento e de inovação.

REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA

RIBEIRO, Olívio Mendes. **Qualidade no atendimento ao cliente como estratégia competitiva**. Disponível em: <http://www.portaldoconhecimento.gov.cv/>. Acesso em 25/04/2016 às 21:13.

WELLMAN -, Annette Moser. **Cinco faces de um Gênio: Como descobrir e desenvolver a genialidade e a criatividade humana**.p. 7, Rio de Janeiro: Elsevier 2002.

DRUCKER, Peter F. **Administração na Próxima Sociedade**.p. 32, São Paulo: Nobel 2002.