

profissional & negócios

janeiro 2006 • ano IX • número 93 • R\$ 9,80

NA PRÓPRIA PELE

Paletball: aprimoramento profissional
com muita adrenalina

ENTREVISTA

Schürmann fala das semelhanças
entre o mundo corporativo e o veleiro

JOGOS NAS EMPRESAS

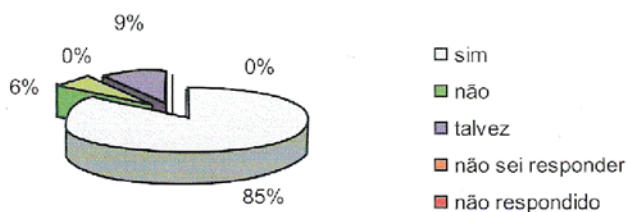
Brincadeiras à parte e aprendizado em alta na
busca por competências

Cliente x Fornecedor: uma competitividade a mais

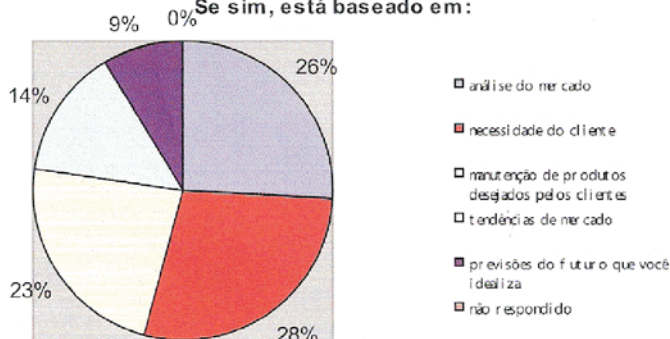
Pesquisa revela o valor das relações humanas focando em quem abastece e em quem recebe, revelando também como anda o profissional que gere esta convivência

Através da parceria entre Ciesp-Campinas e Editora Fênix Central de Negócios, o grupo Desenvolvimento Humano Organizacional, coordenado por Raquel Kussama e Silvia Luna, revela às corporações como caminha a relação entre clientes e fornecedores. Com a pesquisa intitulada de "Evolução e Tendências das Relações Fornecedor x Cliente: uma proposta para potencializar forças e alavancar parcerias em empresas brasileiras", a amostra trouxe dados relevantes que evidenciam esta relação como mais um item da competitividade organizacional

Sua empresa tem um diferencial competitivo?



Se sim, está baseado em:



“É preciso que os profissionais que prestam atendimento saibam como é a cadeia produtiva do cliente, para que possam colaborar no tempo necessário visando obtenção de lucro e competitividade”, destaca a coordenadora Raquel Kussama.

A coleta de dados foi realizada com 35 empresas de vários portes da região de Campinas. As perguntas foram todas de caráter fechado e, durante a entrevista, os pesquisadores coletaram dados apresentados em conjunto com as avaliações e conclusões. Na maioria foram 71% de respostas vindas dos principais acionistas e 69% de médias empresas.

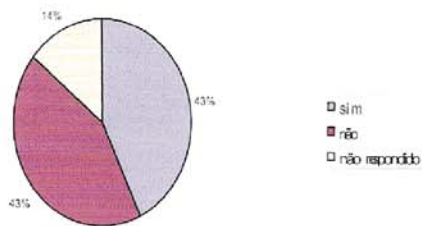
A tabulação de dados foi estatística, com média ponderada e as análises quantitativas e qualitativas, segundo a percepção das consultoras, Raquel Kussama e Donaide Armani.

A análise dos dados foi realizada sob os aspectos do perfil empresarial, do comportamento humano dos pro-



“É preciso que os profissionais que prestam atendimento saibam como é a cadeia produtiva do cliente, para que possa colaborar no tempo necessário visando a obtenção de lucro e competitividade”, Raquel Kussama, coordenadora do Grupo Desenvolvimento Humano e Organizacional.

Existe um plano de desenvolvimento para completar ou desenvolver as qualificações necessárias dos profissionais?



fissionais e da relação comercial estabelecida.

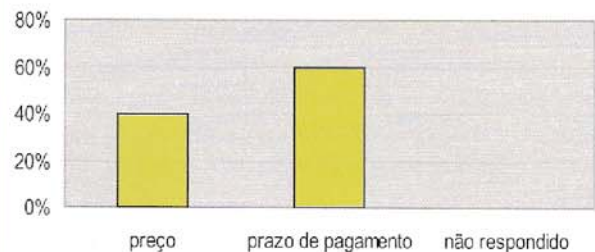
A conclusão é a abordagem sob a ótica dos pesquisadores dos pontos relevantes da Relação Cliente X Fornecedor, a qual estende-se da seguinte forma:

1. As empresas com tradição no mercado precisam entender a nova realidade das empresas que têm estoque pequeno e planejamento de curto prazo. Com isso, é necessário que se tenha profissionais preparados, capacitados e com autonomia para prestarem o atendimento imediato, com eficácia e agilidade.
2. A ação dos profissionais é de uma negociação aberta e rápida, por isto o atendimento passa pela necessidade de velocidade e flexibilidade da empresa fornecedora, nas questões relativas à política comercial. É preciso ter profissionais qualificados para o atendimento à necessidade do cliente. Necessidade significa enxergar o produto, o processo e os procedimentos, a importância do prazo de entrega e do pagamento e o padrão de qualidade exigido pelo cliente.
3. As empresas precisam qualificar seus profissionais, capacitando-os e reciclando tanto na relação comercial quanto na percepção do cliente. É preciso constante questionamento em razão da acomodação natural e do estreitamento das relações pessoais, que podem prejudicar a visão da própria relação profissional.
4. É necessário manter informações estratégicas de maneira diferenciada de acordo com o perfil de cada cliente.
5. É importante que a empresa desenvolva além de ferramentas informatizadas, reuniões para discussão a respeito do perfil do cliente, procurando nestes

encontros estar com os envolvidos no processo de atendimento ao cliente. É preciso agir com assertividade e respeito, entendendo que estudar o perfil de cada cliente, em sua competência técnica, comportamental e emocional, é mais um recurso para o atendimento a sua necessidade.

6. Antever necessidades do cliente é o mais esperado pelos profissionais que estão comprometidos com a empresa em que atuam e que dominam o mercado e segmento presente.

Na formatação do custo o que é preciso para ser competitivo



7. Lembretes Importantes:

- Visite freqüentemente seu cliente;
- Permaneça em contato com ele;
- Troque informações ligadas ao trabalho com seu cliente;
- Comunique informações importantes da sua área ao seu cliente, desde que tenha influência no negócio dele;
- Use os recursos tecnológicos para facilitar a comunicação entre fornecedor e cliente.

Você acredita que todos os profissionais que estão envolvidos no processo de compra e venda de seus produtos têm experiência suficiente para que a empresa seja competitiva?

