

ClienteSA - O Nº 1 em Relacionamento com Clientes no Brasil

GESTÃO

Líderes em hospitalidade

Fleury, Tam e Unilever são as três primeiras colocadas, segundo pesquisa do IBHE

O laboratório Fleury ocupa o primeiro lugar em pesquisa do Instituto Brasileiro de Hospitalidade Empresarial, IBHE. O laboratório se destacou pelo tratamento diferenciado, incluindo preocupação com os clientes, o acolhimento e a atenção com pequenos detalhes. Em três anos de realização da pesquisa, o Fleury foi o mais citado (25%) pelos entrevistados.

Ocupando a segunda posição, a Tam foi citada como a empresa cujo atendimento acolhedor dos colaboradores e a confiança nos posicionamentos dados nos pontos de contato mereceu destaque. Em terceiro lugar no ranking ficou a Unilever, indicada pela forma coesa e fácil de prestar o atendimento, além de o consumidor fazer parte dos processos da empresa. Já na quarta posição tivemos empatadas as empresas Natura, Pão de Açúcar, Porto Seguro e Hospital Israelita Albert Einstein foram citadas pelo atendimento diferenciado prestado nos diferentes canais.

O IBHE realizou a pesquisa sobre "Hospitalidade Empresarial" para verificar no mercado brasileiro qual a percepção que os profissionais têm sobre o tema. Para a diretora do instituto, Beatriz Cullen, falar de hospitalidade é falar de relacionamento, de um conjunto de valores como cuidado, gentileza e acolhimento que servem de referência para as boas relações sociais.

Para os entrevistados, uma vez que as relações humanas melhoram, as empresas se tornam melhores e o relacionamento entre todos os envolvidos na cadeia (clientes, fornecedores, colaboradores e comunidade) também prosperam. E quando indagados sobre como a hospitalidade pode ajudar uma empresa, a melhoria no relacionamento com os clientes foi o item que aparece no topo, com 36% (ante os 32% do ano anterior). Depois da melhora no relacionamento, a contribuição que a hospitalidade oferece na fidelização do cliente também mereceu destaque, com 25% das escolhas. A promoção da melhoria no relacionamento interno, a clareza e facilidade de processos e fluxos de informações, bem como o aumento de vendas e de lucratividade também foram apontados pelos respondentes.

"A empresa que consegue criar um ambiente hospitaleiro tem maiores chances de ser bem sucedida nas suas atividades em função do "vínculo" de confiança, gentileza, atenção, cortesia que se cria", explica Beatriz. "A forma como percebemos uma empresa, ou seja, a experiência que vivemos com ela, é marcante no processo decisório de aquisição de um serviço/produto e é por isso que a hospitalidade empresarial já é considerada um fator de competitividade. A conquista desse diferencial ocorrerá, sem sombra de dúvida, por meio das pessoas", conclui a diretora.

A GRUBE & ASSOCIADOS NÃO SE RESPONSABILIZA PELOS ARTIGOS ASSINADOS E PERMITE A REPRODUÇÃO DOS TEXTOS PUBLICADOS DESDE QUE MENCIONADA A FONTE E COM AUTORIZAÇÃO DA MESMA.

<http://www.clientesa.com.br/>