

6 BIBLIOGRAFIA

AAKER, D.A.; KUMAR, V.; DAY, G.S. **Pesquisa de Marketing**. Atlas, São Paulo, 2001.

AMES, B.C.; HLAVACEK, J.D. **Managerial Marketing for Industrial Firms**. Random House, Inc., New York, USA, 1984.

ANDERSON, E.W.; MITTAL, V. **Strengthening the Satisfaction-Profit Chain**. Journal of Service Research, Vol. 3, No. 2, 107-120, Nov, 2000.

BARSKY, J.D. **World-Class Customer Satisfaction**. Richard D. Irwin, Inc., Chicago, USA, 1995.

BERRY, L.L. **Services Marketing is different**. Business, vol. 30 No.3, May-June, pp.24-9, 1980.

BITNER, M.J. **Building service relationships: It's all about promises**. Journal of the Academy of Marketing Science, Vol. 23, No. 4, 246-251, Fall, 1995.

BOLTON, R.A. **Dynamic Model of the Duration of the Customer's Relationship with a Continuous Service Provider: The Role of Satisfaction**. Marketing Science, 1998.

BOTHE, K.R. **Beyond Customer Satisfaction to Customer Loyalty – The Key to Greater Profitability**. New York: American Management Association, 1996

BOULDING, W.; KALRA, A.; STAELIN, R.; ZEITHAML, V.A. **A Dynamic Process Model of Service Quality: From Expectations to Behavioral Intentions**. Journal of Marketing Research. 1993.

BROWN, S.A. **Total Quality Service: How Organizations Use It to Create a Competitive Advantage**. Prentice Hall Canada Inc, Scarborough, Ontario, Canada, 1992.

BURGESSON, C.D. **Managing Customer Loyalty**. Solid State Technology, Vol. 41, Iss. 1, 128-129, Jan, 1998.

CANNIE, J.K. **Turning lost customer into gold and the art of achieving zero defections**. AMACOM, New York, USA, 1994.

CLEMMET, A. **Understanding and adding value**. Work Study, Vol. 47, No. 5, 164-166, 1998.

CUNNINGHAM, S.M. **Perceived risk in information communications, Risk Taking and Information Handling in Consumer Behavior**. Boston: Harvard University Press, 1966.

DANAHER, P.J.; MATTSSON, J. **A comparison of service delivery process of different complexity.** International Journal of Service Industry Management, Vol. 9, No. 1, 48-63, 1998.

DANIELS, S. **Customer Value Management.** Work Study, Vol. 49, No. 2, 67-70, 2000.

DAVIDOW, W.H. **Marketing High Technology.** The Free Press, New York, USA, 1986.

DICK, A.S.; BASU, K. **Customer Loyalty: toward an integrated conceptual Framework.** Journal of the Academy of Marketing Science, Vol. 22, spring, 1994.

EVARD, Y. **La satisfaction des consommateurs: etat des recherches.** In : XVII ENANPAD, ANPAD, 1993.

FARSON, R. **Management of the absurd: paradoxes in leadership.** Touchstone, New York, USA, 1997.

FORD, D.; GADDE, L.; HAKANSSON, H; LUNDGREN, A.; SNEHOTA, I.; TURNBULL, P.; WILSON, D. **Managing Business Relationships.** John Wiley & Sons, Chichester, England, 1998.

FRIDAY, S.; COTTS, D.G. **Quality Facility Management: A Marketing and Customer Service Approach.** John Wiley & Sons, Inc., New York, USA, 1995.

FULLERTON, J.; WEST, M.A. **Consultant and Client – Working Together?.** Journal of Managerial Psychology, 1996.

GARTNER. **Worldwide IT Services Market Forecast, 2002-2007.** <http://www.gartner.com/>, 2003.

GITOMER, J. **Customer Satisfaction is Worthless, Customer Loyalty is Priceless.** Bard Press, Texas, USA, 1998.

GOODWIN, R.; BALL, B. **Closing the Loop on Loyalty.** Marketing Management. Spring, 1999.

GORDON, I. **Relationship Marketing.** Nova York: John Wiley&Sons, 1998.

GRANT, A.W.H.; SCHLESINGER, L.A. **Realize Your Customers' Full Profit Potential.** Harvard Business Review, Vol. 73, No. 5, 59-72, Sep-Oct, 1995.

GRIFFIN, J. **Customer Loyalty: How to Earn It, How to Keep It.** Lexington Books, New York, USA, 1995.

GRONROOS, C. **Service Quality: The Six Criteria of Good Perceived Service Quality,** Review of Business, Winter, Vol. 9, Iss. 3, 10-11, 1988.

GRONROOS, C. **From marketing mix to relationship marketing: toward a paradigm shift in marketing**. Working Papers, No. 263, Swedish School of Economics and Business Administration, Helsinki, Finland, 1993.

GUSEMAN, D.S. **Risk perception and risk reduction in consumer services**. Marketing of Services. American Marketing Association. Chicago, 1981.

HALINEN, A. **Relationship Marketing in Professional Services: A Study of Agency-Client Dynamics in the Advertising Sector**. London, Routledge, 1997.

HAX, A.C.; WILDE, D. **The Delta Project: Discovering New Sources of Profitability in a Networked Economy**. Palgrave, 2001.

HESKETT, J.L.; SASSER, W.E.Jr.; HART, C.W.L. **Service Breakthroughs: Changing the Rules of the Game**. The Free Press, New York, USA, 1990.

HESKETT, J.L., SASSER, W.E.; SCHLESINGER, L.A. **The Service Profit Chain**. The Free Press, New York, USA, 1997.

HOLMLUND, M.; STRANDVIK, T. **Perception configurations in business relationships**. Management Decision, Vol. 37, No. 9, 686-696, 1999.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Arquivo eletrônico disponível em <http://www.ibge.gov.br/>**, 2002.

INNIS, D.E.; LA LONDE, B.J. **Customer's service: The Key to Customer Satisfaction, Customer Loyalty, and Market Share**. Journal of Business Logistics, Vol. 15, Iss.1, 1-27, 1994.

JAVALGI, R.G., MOBERG, C. R. **Service Loyalty: implications for service providers**. Journal of Services Marketing, vol. 11 No. 3, pp. 165-179, 1997.

JONES, M.A.; SUH, J. **Transaction-specific satisfaction and overall satisfaction: an empirical analysis**. Journal of Services Marketing, Vol. 14, No. 2, 147-159, 2000.

JONES, T.O.; SASSER, W.E.Jr. **Why Satisfied Customers Defect**. Harvard Business Review, Jul-Aug, Vol. 73, No. 6, 88-99, 1995.

KARANTINO, K.M.; HOGG, M.K. **Exploring Relationship Management in Professional Services: A Study of Management Consultancy**. Journal of Marketing Management, 2001.

KOTLER, P.; HAYES, T.; BLOOM, P. **Marketing de Serviços Profissionais**. São Paulo: Manole, 2002.

KOTLER, P. **Kotler on Marketing – How to create, win and dominate markets**. The Free Press, New York, 1999.

KOTLER, P. **Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control**. 9th ed., Prentice- Hall, New Jersey, USA, 1997.

KURTZ, D.L.; CLOW, K.E. **Services Marketing**. John Wiley & Sons, New York, 1998.

LEMENEN, S. **Gaps in Buyer-Seller Relationships – Case Studies in the Telecommunication Industry**. Publications of the Swedish School of Economics and Business Administration, No. 77, Swedish School of Economics and Business Administration, Helsinki, Finland, 1999.

LEMON, K.N.; WHITE, T.B.; WINER, R.S. **Dynamic Customer Relationship Management : Incorporating Future Considerations into the Service Retention Decision**. Journal of Marketing, Vol.66 pp.1–14, January, 2002.

LILJANDER, V.; STRANDVIK, T. **The Relation between Service Quality, Satisfaction and Intentions**. Working Papers, 243:1992, Swedish School of Economics and Business Administration, Helsinki, Finland, 1992.

LOVELOCK, C.H. **Classifying services to gain strategic marketing insights**. Journal of Marketing, Vol. 47 No.3, pp.9-20, Summer, 1983.

LOVELOCK, C.H.; VANDERMERWE, S.; LEWIS, B. **Services Marketing: A European Perspective**. London, Prentice Hall Europe, 1999.

LOWENSTEIN, M.W. **Customer Retention: An Integrated Process for Keeping Your Best Customers**. Milwaukee: ASP Quality Press, 1995.

McCLAVE, J.T.; BENSON, P.G.; SINCICH, T. **Statistics for Business and Economics**. Prentice Hall, 2001.

MAISTER, D.H. **Managing the Professional Service Firm**. Nova York: The Free Press, 1997.

MATHE, H.; SHAPIRO, R.D. **Integrating Service Strategy in the Manufacturing Company**. Chapman & Hall, London, UK, 1993.

MITCHELL, V. **Problems and Risks in the Purchasing of Consultancy Services**. The Service Industries Journal, 1994.

MITTAL, V.; KUMAR, P.; TSIROS, M. **Attribute-level performance, satisfaction, and behavioral intentions over time: A consumption-system approach**. Journal of Marketing, Apr, Vol. 63, Iss. 2, 88-101, 1999.

MOTTA, P.C. **Serviços: Pesquisando a satisfação do consumidor**. Imprinta Express, Rio de Janeiro, 2002, 3^a Ed.

NAUMANN, E. **Creating Customer Value: The Path to Sustainable Competitive Advantage**. Thomson Executive Press, Cincinnati, Ohio, USA, 1994.

O'FARRELL, P.N.; MOFFAT, L.A.R. **An interaction Model of Business Service Production and Consumption.** British Journal of Management, 1991.

OLIVER, R.L. **Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer.** McGraw-Hill. 1996.

PARASURAMAN, A.; ZEITHAML, V.A.; BERRY, L.L. **A conceptual model of service quality and its implications for future research.** Journal of Marketing, Fall, pp.41-50, 1985.

PARASURAMAN, A. **Understanding and Leveraging the Role of Customer Service in External, Interactive and Internal Marketing.** Paper presented at the 1996 Frontiers in Services Conference, Nashville, USA, 1996.

PARASURAMAN, A.; GREWAL, D. **The Impact of Technology on the Quality-Value-Loyalty Chain: A Research Agenda.** Journal of the Academy of Marketing Science, Winter, Vol. 28, No. 1, 168-174, 2000.

PECK, M.A. **Integrated Account Management: How Business-to-Business Marketers Maximize Customer Loyalty and Profitability.** AMACON, New York, USA, 1997.

REICHHELD, F.F.; SASSER, W. E.Jr. **Zero Defections: Quality Comes to Services.** Harvard Business Review, Vol. 68, No. 5, 105-111, Sep-Oct, 1990.

REICHHELD, F.F. **Loyalty Effect: The Hidden Force Behind Growth, Profits and Lasting Value.** Harvard Business School Press. 1996.

REICHHELD, F.F. **Learning from Customer Defections.** Harvard Business Review, Vol. 74, No. 2, 56-69, Mar-Apr, 1996b.

ROSELIUS, T. **Consumer rankings of risk reduction methods.** Journal of Marketing, vol. 35 No. 1. January, pp. 56-61, 1971.

ROTHSCHILD, W.E. **How to Gain (and Maintain) the Competitive Advantage in Business.** McGraw-Hill Book Company, New York, USA, 1984.

RUST, R.; ZAHORIK, A. **Customer Satisfaction, Customer Retention, and Market Share.** Journal of Retailing. 1993.

RUST, R.; ZAHORIK, A.; KEININGHAM, T.L. **Return on Quality(ROQ): Making Service Quality Financially Accountable.** Journal of Marketing. 1995.

STONEBRAKER, P.W.; LEONG, G.K. **Operations Strategy: Focusing Competitive Excellence.** Allyn and Bacon, Massachusetts, USA, 1994.

STORBACKA, K.; STRANDVIK, T.; GRONROOS, C. **Managing Customer Relationships for Profit: The Dynamics of Relationship Quality**. International Journal of Service Management, Vol. 5, No. 5, 21-38, 1994.

TREACY, M.; WIERSEMA, F. **Customer Intimacy and Other Value Disciplines**. Harvard Business Review, 84-93, Jan-Feb, 1993.

VAVRA, T.G. **After marketing: How to Keep Customers for Life through Relationship Marketing**. McGraw-Hill, New York, USA, 1995.

VERGARA, S.C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 2000.

WAYLAND, R.E.; COLE, P.M. **Customer Connections: New Strategies for Growth**. Harvard Business School Press, Boston, Massachusetts, USA, 1997.

WELLEMIN, J.H. **The Handbook of Professional Service Management: Caring for the customer before, during and after the sale**. Studentlitteratur, Lund, Sweden, 1984.

WELLINGTON, P. **Kaizen Strategies for Customer Care**. Pitman Publishing, London, UK, 1995.

WIERSEMA, F. **Customer Intimacy**. Harper Collins Business, London, UK, 1998.

YORKE, D.A. **Interactive Perceptions of Suppliers and Corporate Clients in the Marketing of Professional Services: A Comparison of Accounting and Legal Services in the UK, Canada and Sweden**. Journal of Marketing Management, 1990.

ZEITHAML, V.A.; BERRY, L.L.; PARASUNAMAN, A. **The Behavioral Consequences of Service Quality**. Journal of Marketing, 1996.

ANEXO 1 – Questionário da Pesquisa de Fidelidade

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA
DO RIO DE JANEIRO



Este questionário destina-se a pesquisa para o Curso de Mestrado em Administração de Empresas do IAG / PUC-Rio. Os dados fornecidos nesta pesquisa serão tratados de forma confidencial. Agradecemos antecipadamente a sua colaboração.

Em caso de dúvidas contatar:

Rogério Nascimento – Celular 21-9874-2810

e-mail: rogerio_nascim@uol.com.br

rogerio.nascimento@hp.com

As respostas a estas perguntas devem ser dadas tomando-se por base o principal fornecedor de serviços consultoria de informática de sua empresa (ou área da empresa).

Imagem – Brand:

Abaixo está uma lista de características que podem ser usadas para descrever o fornecedor principal de serviços de sua empresa. Para cada característica, indique, por favor, se você "Discorda Totalmente", "Discorda em Parte", "Nem Concorda Nem Discorda", "Concorda em Parte" ou "Concorda Totalmente".

Até que ponto você concorda que o seu fornecedor...	Discordo Totalmente	Discordo em Parte	Não Concordo Nem Discordo	Concordo em Parte	Concordo Totalmente
É focado no cliente	()	()	()	()	()
É inovador	()	()	()	()	()
Oferece um variado leque de produtos e serviços	()	()	()	()	()
É uma empresa bem gerenciada	()	()	()	()	()
É fácil para se fazer negócio	()	()	()	()	()
É reconhecido por fornecer serviços de alta qualidade	()	()	()	()	()
Trata bem os seus funcionários	()	()	()	()	()
É uma empresa na qual você pode confiar	()	()	()	()	()
É uma empresa altamente ética	()	()	()	()	()

Relacionamento com a Equipe de Vendas:

Pense sobre a equipe de vendas do seu principal fornecedor de serviços. Com base na sua experiência até o momento, qual o seu nível de satisfação em relação à equipe de vendas em termos de...	Muito Insatisfeito	Insatisfeito	Nem Satisfeito Nem Insatisfeito	Satisfeito	Muito Satisfeito
Ser acessível a você	()	()	()	()	()
Dar respostas as suas necessidades	()	()	()	()	()
Comunicar-se pró ativamente com você	()	()	()	()	()
Possuir conhecimento sobre o negócio da sua empresa	()	()	()	()	()
Ter soluções criativas para os seus problemas	()	()	()	()	()
Acompanhar o serviço após a realização da venda	()	()	()	()	()

Pense sobre a equipe de vendas do seu fornecedor, que trabalha com você em seus projetos. De uma forma geral, qual o seu nível de satisfação em relação à equipe de vendas?

1 – Muito Insatisfeito----- 10 – Muito Satisfeito

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
() () () () () () () () () ()

Suporte Técnico após a Entrega dos Projetos (Pós-Delivery):

Com base em sua experiência passada, informe o seu nível de satisfação em relação a cada um dos itens a seguir relacionados ao suporte técnico:	Muito Insatisfeito	Insatisfeito	Nem Satisfeito Nem Insatisfeito	Satisfeito	Muito Satisfeito
Disponibilidade da equipe de suporte	()	()	()	()	()
Tempo requerido para a solução dos problemas	()	()	()	()	()
Qualidade das soluções dos problemas reportados	()	()	()	()	()
Tratamento Personalizado	()	()	()	()	()

Pense sobre a equipe de suporte do seu fornecedor que trabalha após a entrega dos seus projetos. De uma forma geral, qual o seu nível de satisfação em relação à equipe de suporte?

1 – Muito Insatisfeito----- 10 – Muito Satisfeito

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
() () () () () () () () () ()

Relacionamento com a equipe de consultores:

Pense sobre a equipe de consultores do seu principal fornecedor de serviços. Com base na sua experiência até o momento, qual o seu nível de satisfação em relação à equipe de consultores em termos de...	Muito Insatisfeito	Insatisfeito	Nem Satisfeito Nem Insatisfeito	Satisfeito	Muito Satisfeito				
Dar respostas as suas necessidades	()	()	()	()	()				
Comunicar-se pró ativamente com você	()	()	()	()	()				
Possuir competência técnica	()	()	()	()	()				
Ter soluções criativas para os problemas	()	()	()	()	()				
Possuir boas habilidades interpessoais	()	()	()	()	()				
Pense sobre a equipe de consultores do seu fornecedor que trabalha em seus projetos. De uma forma geral, qual o seu nível de satisfação em relação à equipe de consultores?									
1 – Muito Insatisfeito----- 10 – Muito Satisfeito									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
()	()	()	()	()	()	()	()	()	()

Preço:

Os preços cobrados pelo meu fornecedor são compatíveis com o nível dos serviços percebidos:

() Discordo Totalmente	() Discordo em Parte	() Não Concordo, Nem Discordo	() Concordo em Parte	() Concordo Totalmente
-------------------------------	-----------------------------	--------------------------------------	-----------------------------	-------------------------------

O meu fornecedor oferece condições flexíveis de financiamento e pagamento:

() Discordo Totalmente	() Discordo em Parte	() Não Concordo, Nem Discordo	() Concordo em Parte	() Concordo Totalmente
-------------------------------	-----------------------------	--------------------------------------	-----------------------------	-------------------------------

Serviços – Proposta e Execução:

Meu fornecedor elabora as propostas no prazo solicitado:

() Discordo Totalmente	() Discordo em Parte	() Não Concordo, Nem Discordo	() Concordo em Parte	() Concordo Totalmente
-------------------------------	-----------------------------	--------------------------------------	-----------------------------	-------------------------------

Meu fornecedor elabora as propostas com o escopo bem detalhado:

() Discordo Totalmente	() Discordo em Parte	() Não Concordo, Nem Discordo	() Concordo em Parte	() Concordo Totalmente
-------------------------------	-----------------------------	--------------------------------------	-----------------------------	-------------------------------

Eu me sinto satisfeito com a atuação do meu fornecedor como integrador de sistemas:

() Discordo Totalmente	() Discordo em Parte	() Não Concordo, Nem Discordo	() Concordo em Parte	() Concordo Totalmente
-------------------------------	-----------------------------	--------------------------------------	-----------------------------	-------------------------------

Eu me sinto satisfeito com a atuação do meu fornecedor em gerência de projetos:

() Discordo Totalmente	() Discordo em Parte	() Não Concordo, Nem Discordo	() Concordo em Parte	() Concordo Totalmente
-------------------------------	-----------------------------	--------------------------------------	-----------------------------	-------------------------------

Meu fornecedor entrega os projetos dentro do prazo previsto:

() Discordo Totalmente	() Discordo em Parte	() Não Concordo, Nem Discordo	() Concordo em Parte	() Concordo Totalmente
-------------------------------	-----------------------------	--------------------------------------	-----------------------------	-------------------------------

Meu fornecedor entrega os projetos dentro do orçamento previsto:

() Discordo Totalmente	() Discordo em Parte	() Não Concordo, Nem Discordo	() Concordo em Parte	() Concordo Totalmente
-------------------------------	-----------------------------	--------------------------------------	-----------------------------	-------------------------------

Barreiras para Mudança de Fornecedor:

A troca do meu fornecedor para outro fornecedor de serviços requereria muito tempo para a sua realização:

() Discordo Totalmente	() Discordo em Parte	() Não Concordo, Nem Discordo	() Concordo em Parte	() Concordo Totalmente
-------------------------------	-----------------------------	--------------------------------------	-----------------------------	-------------------------------

A troca do meu fornecedor para outro fornecedor de serviços seria muito arriscada para a minha empresa:

() Discordo Totalmente	() Discordo em Parte	() Não Concordo, Nem Discordo	() Concordo em Parte	() Concordo Totalmente
-------------------------------	-----------------------------	--------------------------------------	-----------------------------	-------------------------------

A troca do meu fornecedor para outro fornecedor de serviços envolveria um alto custo para a minha empresa:

() Discordo Totalmente	() Discordo em Parte	() Não Concordo, Nem Discordo	() Concordo em Parte	() Concordo Totalmente
-------------------------------	-----------------------------	--------------------------------------	-----------------------------	-------------------------------

Responda agora perguntas sobre satisfação e fidelidade:

De uma forma geral, qual o seu nível de satisfação em relação ao seu principal fornecedor de serviços?

1 – Muito Insatisfeito----- 10 – Muito Satisfeito

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
() () () () () () () () () ()

Qual é a probabilidade da sua organização vir a utilizar os serviços de seu fornecedor da próxima vez que você necessitar destes serviços?

1 – Definitivamente não Utilizarei----- 10 – Definitivamente Utilizarei

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
() () () () () () () () () ()

Qual é a probabilidade de você recomendar os serviços de seu fornecedor a outras empresas?

1 – Definitivamente não Recomendarei-----10 – Definitivamente Recomendarei

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
() () () () () () () () () ()

Informações Descritivas:

Qual o faturamento anual da sua empresa?

<input type="checkbox"/> até R\$200 Milhões	<input type="checkbox"/> 201-400 R\$ Milhões	<input type="checkbox"/> 401-600 R\$ Milhões	<input type="checkbox"/> 601-800 R\$ Milhões	<input type="checkbox"/> Mais de R\$ 800 Milhões
---	--	--	--	--

Qual a categoria que melhor descreve a área principal de negócios de sua empresa:

- Indústria
- Finanças, Seguros
- Telecomunicações
- Saúde
- Varejo
- Transporte
- Setor Público
- Advocacia
- Serviços Sociais
- Educação
- Outros

Qual das categorias abaixo melhor descreve sua posição dentro da sua empresa:

- Presidente, Vice-Presidente, Diretor ou Equivalente
- Gerente ou Equivalente
- Supervisor ou Equivalente
- Consultor ou Equivalente
- Outra Posição

Nosso questionário terminou. Verifique se todas as perguntas foram respondidas.

Agradecemos muito por sua colaboração!

ANEXO 2 – Tabela de Frequências

Imagem – Brand:

Até que ponto você concorda que o seu fornecedor...	Discordo Totalmente	Discordo em Parte	Não Concordo Nem Discordo	Concordo em Parte	Concordo Totalmente
É focado no cliente	0 %	15,4 %	7,7 %	59,0 %	17,9%
É inovador	3,8 %	16,7%	30,8 %	41,0 %	7,7 %
Oferece um variado leque de produtos e serviços	2,6 %	14,1 %	12,8 %	44,9 %	25,6 %
É uma empresa bem gerenciada	2,6 %	20,5 %	20,5 %	41,0 %	15,4 %
É fácil para se fazer negócio	2,6 %	21,8 %	14,1 %	41,0 %	20,5 %
É reconhecido por fornecer serviços de alta qualidade	3,8 %	12,8 %	17,9 %	46,2 %	19,2 %
Trata bem os seus funcionários	1,3 %	12,8 %	33,3 %	28,2 %	24,4 %
É uma empresa na qual você pode confiar	1,3 %	10,3 %	12,8 %	42,3 %	33,3 %
É uma empresa altamente ética	0 %	10,3 %	25,6 %	29,5 %	34,6 %

Relacionamento com a Equipe de Vendas:

Pense sobre a equipe de vendas do seu principal fornecedor de serviços. Com base na sua experiência até o momento, qual o seu nível de satisfação em relação à equipe de vendas em termos de...	Muito Insatisfeito	Insatisfeito	Nem Satisfeito Nem Insatisfeito	Satisfeito	Muito Satisfeito
Ser acessível a você	2,6 %	6,4 %	12,8 %	55,1 %	23,1 %
Dar respostas as suas necessidades	0 %	16,7 %	19,2 %	53,8 %	10,3 %
Comunicar-se pró ativamente com você	3,8 %	15,4 %	24,4 %	39,7 %	16,7 %
Possuir conhecimento sobre o negócio da sua empresa	1,3 %	21,8 %	23,1 %	37,2 %	16,7 %
Ter soluções criativas para os seus problemas	2,6 %	20,5 %	41,0 %	30,8 %	5,1 %
Acompanhar o serviço após a realização da venda	6,4 %	19,2 %	29,5 %	35,9 %	9,0 %

Pense sobre a equipe de vendas do seu fornecedor, que trabalha com você em seus projetos. De uma forma geral, qual o seu nível de satisfação em relação à equipe de vendas?

1 – Muito Insatisfeito----- 10 – Muito Satisfeito

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
 (0%) (1,3%) (3,8%) (7,7%) (12,8%) (14,1%) (23,1%) (29,5%) (3,8%) (3,8%)

Suporte Técnico após a Entrega dos Projetos (Pós-Delivery):

Com base em sua experiência passada, informe o seu nível de satisfação em relação a cada um dos itens a seguir relacionados ao suporte técnico:	Muito Insatisfeito	Insatisfeito	Nem Satisfeito Nem Insatisfeito	Satisfeito	Muito Satisfeito
Disponibilidade da equipe de suporte	2,6 %	15,4 %	35,9 %	37,2 %	9,0 %
Tempo requerido para a solução dos problemas	5,1 %	26,9 %	41,0 %	23,1 %	3,8 %
Qualidade das soluções dos problemas reportados	3,8 %	25,6 %	32,1 %	32,1 %	6,4 %
Tratamento Personalizado	2,6 %	17,9 %	24,4 %	43,6 %	11,5 %

Pense sobre a equipe de suporte do seu fornecedor que trabalha após a entrega dos seus projetos. De uma forma geral, qual o seu nível de satisfação em relação à equipe de suporte?

1 – Muito Insatisfeito----- 10 – Muito Satisfeito

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
(1,3%)	(1,3%)	(2,6%)	(9,0%)	(26,9%)	(14,1%)	(23,1%)	(11,5%)	(7,7%)	(2,6%)

Relacionamento com a equipe de consultores:

Pense sobre a equipe de consultores do seu principal fornecedor de serviços. Com base na sua experiência até o momento, qual o seu nível de satisfação em relação à equipe de consultores em termos de...	Muito Insatisfeito	Insatisfeito	Nem Satisfeito Nem Insatisfeito	Satisfeito	Muito Satisfeito
Dar respostas as suas necessidades	1,3 %	10,3 %	28,2 %	55,1 %	5,1 %
Comunicar-se pró ativamente com você	3,8 %	19,2 %	34,6 %	35,9 %	6,4 %
Possuir competência técnica	0 %	6,4 %	23,1 %	56,4 %	14,1 %
Ter soluções criativas para os problemas	0 %	20,5 %	38,5 %	33,3 %	7,7 %
Possuir boas habilidades interpessoais	1,3 %	3,8 %	25,6 %	56,4 %	12,8 %

Pense sobre a equipe de consultores do seu fornecedor que trabalha em seus projetos. De uma forma geral, qual o seu nível de satisfação em relação à equipe de consultores?

1 – Muito Insatisfeito----- 10 – Muito Satisfeito

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
(0%)	(0%)	(3,8%)	(3,8%)	(15,4%)	(16,7%)	(25,6%)	(21,8%)	(10,3%)	(2,6%)

Preço:

Os preços cobrados pelo meu fornecedor são compatíveis com o nível dos serviços percebidos:

(3,8%) Discordo Totalmente	(30,8%) Discordo em Parte	(7,7%) Não Concordo, Nem Discordo	(44,9%) Concordo em Parte	(12,8%) Concordo Totalmente
----------------------------------	---------------------------------	---	---------------------------------	-----------------------------------

O meu fornecedor oferece condições flexíveis de financiamento e pagamento:

(2,6%) Discordo Totalmente	(11,5%) Discordo em Parte	(16,7%) Não Concordo, Nem Discordo	(48,7%) Concordo em Parte	(20,5%) Concordo Totalmente
----------------------------------	---------------------------------	--	---------------------------------	-----------------------------------

Serviços – Proposta e Execução:

Meu fornecedor elabora as propostas no prazo solicitado:

(6,4%) Discordo Totalmente	(15,4%) Discordo em Parte	(20,5%) Não Concordo, Nem Discordo	(33,3%) Concordo em Parte	(24,4%) Concordo Totalmente
----------------------------------	---------------------------------	--	---------------------------------	-----------------------------------

Meu fornecedor elabora as propostas com o escopo bem detalhado:

(5,1%) Discordo Totalmente	(26,9%) Discordo em Parte	(15,4%) Não Concordo, Nem Discordo	(37,2%) Concordo em Parte	(15,4%) Concordo Totalmente
----------------------------------	---------------------------------	--	---------------------------------	-----------------------------------

Eu me sinto satisfeito com a atuação do meu fornecedor como integrador de sistemas:

(9,0%) Discordo Totalmente	(15,4%) Discordo em Parte	(23,1%) Não Concordo, Nem Discordo	(43,6%) Concordo em Parte	(9,0%) Concordo Totalmente
----------------------------------	---------------------------------	--	---------------------------------	----------------------------------

Eu me sinto satisfeito com a atuação do meu fornecedor em gerência de projetos:

(6,4%) Discordo Totalmente	(24,4%) Discordo em Parte	(19,2%) Não Concordo, Nem Discordo	(38,5%) Concordo em Parte	(11,5%) Concordo Totalmente
----------------------------------	---------------------------------	--	---------------------------------	-----------------------------------

Meu fornecedor entrega os projetos dentro do prazo previsto:

(7,7%) Discordo Totalmente	(28,2%) Discordo em Parte	(15,4%) Não Concordo, Nem Discordo	(38,5%) Concordo em Parte	(10,3%) Concordo Totalmente
----------------------------------	---------------------------------	--	---------------------------------	-----------------------------------

Meu fornecedor entrega os projetos dentro do orçamento previsto:

(2,6%) Discordo Totalmente	(14,1%) Discordo em Parte	(16,7%) Não Concordo, Nem Discordo	(48,7%) Concordo em Parte	(17,9%) Concordo Totalmente
----------------------------------	---------------------------------	--	---------------------------------	-----------------------------------

Barreiras para Mudança de Fornecedor:

A troca do meu fornecedor para outro fornecedor de serviços requereria muito tempo para a sua realização:

(3,8%) Discordo Totalmente	(10,3%) Discordo em Parte	(12,8%) Não Concordo, Nem Discordo	(38,5%) Concordo em Parte	(34,6%) Concordo Totalmente
----------------------------------	---------------------------------	--	---------------------------------	-----------------------------------

A troca do meu fornecedor para outro fornecedor de serviços seria muito arriscada para a minha empresa:

(7,7%) Discordo Totalmente	(21,8%) Discordo em Parte	(16,7%) Não Concordo, Nem Discordo	(32,1%) Concordo em Parte	(21,8%) Concordo Totalmente
----------------------------------	---------------------------------	--	---------------------------------	-----------------------------------

A troca do meu fornecedor para outro fornecedor de serviços envolveria um alto custo para a minha empresa:

(9,0%) Discordo Totalmente	(19,2%) Discordo em Parte	(25,6%) Não Concordo, Nem Discordo	(32,1%) Concordo em Parte	(14,1%) Concordo Totalmente
----------------------------------	---------------------------------	--	---------------------------------	-----------------------------------

Responda agora perguntas sobre satisfação e fidelidade:

De uma forma geral, qual o seu nível de satisfação em relação ao seu principal fornecedor de serviços?

1 – Muito Insatisfeito----- 10 – Muito Satisfeito									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
(0%)	(2,6%)	(2,6%)	(5,1%)	(12,8%)	(16,7%)	(26,9%)	(21,8%)	(7,7%)	(3,8%)

Qual é a probabilidade da sua organização vir a utilizar os serviços de seu fornecedor da próxima vez que você necessitar destes serviços?

1 – Definitivamente não Utilizarei----- 10 – Definitivamente Utilizarei									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
(2,6%)	(1,3%)	(5,1%)	(3,8%)	(6,4%)	(7,7%)	(17,9%)	(23,1%)	(19,2%)	(12,8%)

Qual é a probabilidade de você recomendar os serviços de seu fornecedor a outras empresas?

1 – Definitivamente não Recomendarei----- 10 – Definitivamente Recomendarei									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
(2,6%)	(6,4%)	(6,4%)	(6,4%)	(15,4%)	(7,7%)	(19,2%)	(21,8%)	(6,4%)	(7,7%)

Informações Descritivas:

Qual o faturamento anual da sua empresa?

(20,5%) até R\$200 Milhões	(5,1%) 201-400 R\$ Milhões	(7,7%) 401-600 R\$ Milhões	(10,3%) 601-800 R\$ Milhões	(56,4%) Mais de R\$ 800 Milhões
----------------------------------	----------------------------------	----------------------------------	-----------------------------------	---------------------------------------

Qual a categoria que melhor descreve a área principal de negócios de sua empresa:

- (20,5%) Indústria
- (10,3%) Finanças, Seguros
- (32,1%) Telecomunicações
- (2,6%) Saúde
- (5,1%) Varejo
- (1,3%) Transporte
- (10,3%) Setor Público
- (0%) Advocacia
- (1,3%) Serviços Sociais
- (2,6%) Educação
- (14,1%) Outros

Qual das categorias abaixo melhor descreve sua posição dentro da sua empresa:

- (12,8%) Presidente, Vice-Presidente, Diretor ou Equivalente
- (41,0%) Gerente ou Equivalente
- (24,4%) Supervisor ou Equivalente
- (17,9%) Consultor ou Equivalente
- (3,8%) Outra Posição