



Licenciatura em Marketing e Comunicação Empresarial

**Implementação do Departamento de Apoio ao Cliente e
Gestão/Resolução de Reclamações/Conflitos**

Volume II – Anexos

Projecto final de licenciatura

Elaborado por Pedro Fernando Ataíde Montes

Aluno nº 20071082

Orientador: Dr. David Nelson Salbany Russell

Barcarena

Setembro 2010

ÍNDICE

Índice	1
Anexo I – Questionário I	3
Anexo II – Questionário II	5

Implementação do Departamento de Apoio ao Cliente e Gestão/Resolução de Reclamações/Conflitos

Licenciatura em Marketing e Comunicação Empresarial -Volume II

Anexo 1

Questionário I

1º Porque motivo, baixou as compras à Pharmadistri?

(Os 6 motivos mais referidos foram):

1 – Pressão, por parte da Pharmadistri, para liquidação de valores em atraso

2 – Condições comerciais inferiores à concorrência

3 – Disponibilização inadequada de produtos esgotados

4 – Lentidão na emissão de créditos de produtos devolvidos pela farmácia

5 – Enganos na facturação

6 – Atrasos consecutivos no horário de entrega dos pedidos

2º Se estas incidências não tivessem ocorrido, considera que seria possível continuar a confiar na Pharmadistri e a manter o volume de compras anterior?

Sim - 71 Talvez - 16 Não - 0

3º Se a Pharmadistri lhe garantir que futuramente estas incidências serão tratadas de forma a garantir resposta atempada, e resolução rápida das mesmas, volta a confiar na Pharmadistri como seu principal fornecedor?

Sim - 0 Talvez - 61 Não - 26

4º Está disponível para recomeçar, já, uma tentativa de retoma na parceria comercial entre a farmácia e a Pharmadistri?

Sim - 0 Talvez - 14 Não - 73

5º - O que é que era preciso para tal?

Os 3 itens mais referenciados foram:

- 1 – Ter a certeza que a Pharmadistri estava a funcionar melhor
- 2 – Revisão das condições comerciais
- 3 – Algum tempo de experiência

Anexo 2

Questionário II

Na sua opinião, qual o principal motivo no decréscimo do valor de facturação diário da farmácia?

Respostas:

75% Responderam: “As pessoas não têm dinheiro para comprar medicamentos”.

12.5% Responderam: “Tivemos clientes que passaram a frequentar outra farmácia”.

12,5% Responderam: “As pessoas deixaram de gastar dinheiro na farmácia para poderem gastar em outros bens”.