

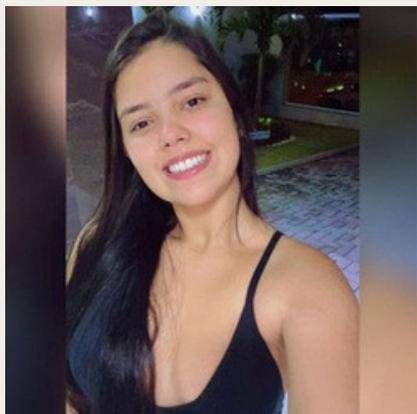


PERCEPÇÃO DA SATISFAÇÃO
DOS CONSUMIDORES NOS
SERVIÇOS DE BELEZA

Sumário

Biografia.....	3
Contextualização.....	4
Importância.....	5
Justificativa.....	5
Objetivo.....	5
Experiência.....	6
Satisfação.....	6
Fidelização.....	7
Conclusão.....	8
Referências.....	9

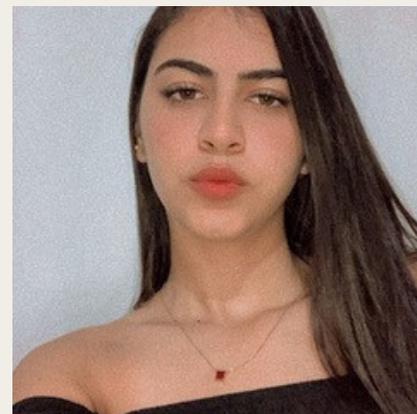
Integrantes do grupo - Biografia



Maria Eduarda Freitas Stampini, graduando 7º período de Administração no UNIFAGOC.



Lorena Barros Musse, graduando 7º período de administração no UNIFAGOC.



Luana Fazollo, graduando 7º período de administração no UNIFAGOC.



Giovanna Rodrigues Borges, graduando 7º período de Administração no UNIFAGOC.



Vitória Gonçalves, graduando 7º período de Administração no UNIFAGOC.

Contextualização

Nos dias de hoje, a busca pela beleza e pelo bem-estar pessoal tornou-se uma prioridade para muitas pessoas. Nesse contexto, os serviços de beleza desempenham um papel fundamental, oferecendo uma variedade de tratamentos e cuidados para a pele, cabelo e corpo. No entanto, a experiência do cliente vai além da simples aplicação de produtos ou procedimentos estéticos. A percepção da satisfação dos consumidores nos serviços de beleza está intrinsecamente ligada à forma como eles se sentem durante e após o tratamento. Desde o momento em que entram no estabelecimento estão constantemente avaliando diversos aspectos, como a qualidade do atendimento, a higiene do ambiente, a competência dos profissionais e, é claro, os resultados obtidos.

Essa percepção é influenciada por uma série de fatores, incluindo as expectativas individuais de cada cliente, as tendências do momento e até mesmo as experiências passadas. A satisfação do cliente nos serviços de beleza vai além do resultado estético; ela engloba também a sensação de relaxamento, de cuidado pessoal e de confiança que o consumidor experimenta. Portanto, entender e atender às necessidades e expectativas dos clientes é essencial para garantir não apenas a satisfação imediata, mas também a fidelização e a recomendação positiva, aspectos fundamentais para o sucesso e a sustentabilidade dos negócios no setor da beleza.

Importância

Serve como um guia para estratégias de marketing e gestão da experiência do cliente, ajudando as empresas a destacarem em um mercado competitivo e a construírem relacionamentos sólidos com seus clientes.

Justificativa

Este artigo busca examinar diversos aspectos que contribuem para a percepção da satisfação dos consumidores nos serviços de beleza, como a qualidade do atendimento ao cliente, a competência técnica dos profissionais, a atmosfera do estabelecimento, a variedade de serviços oferecidos, entre outros. Além disso, pretende-se investigar como as expectativas dos clientes influenciam sua satisfação e como as empresas podem gerenciar essas expectativas de forma eficaz. Ao abordar esse tema, o artigo também visa fornecer insights valiosos para os profissionais do setor, ajudando-os a entender melhor as necessidades e preferências dos clientes e aprimorar seus serviços para atender essas demandas.

Objetivo

O objetivo é explorar como os consumidores percebem a qualidade dos serviços oferecidos em salões de beleza, spas e outros estabelecimentos similares, e como essa percepção influencia sua satisfação e fidelidade à marca.



Experiência

A experiência de cada cliente é sentida após usufruir de um determinado serviço.

Sua percepção é individual, mas no geral, o atendimento é o primordial para essa avaliação positiva de percepção.

Após essa percepção, o cliente satisfeito, continuará desejando a sensação. Por isso, a importância do serviço aprimorar sempre e nunca estabilizar no comodismo. Pois clientes satisfeitos, são fidedignos.

Satisfação

Para atingir tal satisfação, o serviço deve selecionar seu público alvo e estratégias para atraí-lo, a pesquisa de mercado é o caminho para definir quem irá atingir. Afinal, a identidade comunica com o cliente certo. O serviço estético, vai além daquilo que se vê, engloba autoestima, auto cuidado, ter um tempo para cuidar de si. O profissional deve se doar ao máximo para o processo.

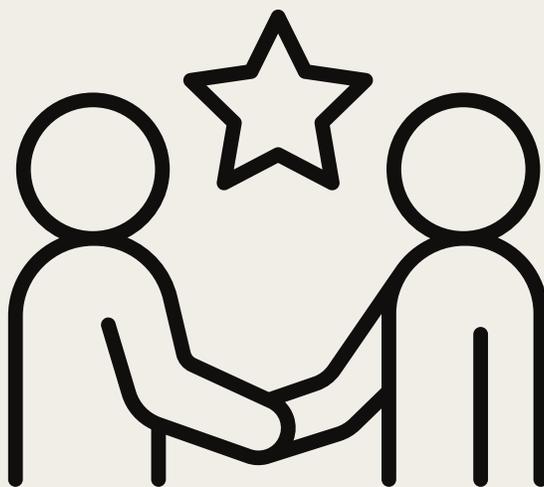
As empresas precisam estar conscientes das verdades que rodeiam quando se trata de qualidade em serviços. Pois, em primeiro lugar, deve-se ter em mente, que a satisfação do cliente não deve ser tratada somente por um determinado setor específico da empresa, mais sim, a busca da qualidade nos serviços, deve-se ter o envolvimento e a preocupação de todos da empresa. Uma vez que, dentro da sua empresa deve-se deixar claro que “que os clientes não depende da sua empresa, mas sim, é a sua empresa que depende dos clientes”. E por isso, deve ser responsabilidade de todos assegurarem satisfazer os seus clientes, e para este fim, aperfeiçoamento a qualidade nos serviços prestados (KOTLHER, 1998, p.56).



Fidelização

É um elemento crucial para o sucesso de qualquer negócio, e isso começa com uma comunicação clara e efetiva. Compreender as necessidades e expectativas dos clientes é essencial para construir relacionamentos duradouros. Além disso, a personalização dos serviços e tratamentos, adaptando-os às necessidades individuais de cada cliente, representa um diferencial competitivo importante.

Fidelização é um relacionamento com o cliente de longo prazo. Segundo Bogmann(2002, p. 21), fidelização de clientes “é o processo pelo qual um cliente se torna fiel, isto é, aquele cliente que sempre volta à empresa por estar satisfeito com os produtos ou serviços oferecidos”. Para Lovelock (2001), a fidelidade se relaciona à permanência do cliente por um período, consumindo da empresa por diversas vezes, em alguns casos, tornando-se um consumidor exclusivo, podendo até atuar como um verdadeiro defensor da marca da empresa.



Considerações finais

A percepção da satisfação dos consumidores de serviços de beleza é um aspecto multifacetado que vai além dos resultados estéticos, englobando a qualidade do atendimento, a competência dos profissionais, a higiene e a atmosfera do ambiente. Essa percepção é moldada por expectativas individuais, tendências atuais e experiências passadas. Para garantir a satisfação e a fidelização dos clientes, é crucial que os estabelecimentos de beleza compreendam e atendam a essas expectativas, oferecendo serviços personalizados que promovam relaxamento, cuidado pessoal e confiança. Estratégias de marketing eficazes, comunicação clara e pesquisa de mercado são essenciais para adaptar os serviços às necessidades do público-alvo. Ao focar na melhoria contínua dos serviços e no entendimento das preferências dos clientes, as empresas de beleza podem se destacar em um mercado competitivo, construindo relacionamentos duradouros e garantindo o sucesso e a sustentabilidade de seus negócios.

Referências

SILVA, Luan Carlos Santos; KOVALESKI, João Luiz; GAIA, Silvia. Qualidade em serviços: uma análise teórica sobre as principais características. *Revista Gestão Industrial*, v. 7, n. 4, 2012.

Acesso em: <https://revistas.utfpr.edu.br/revistagi/article/view/1024>

DE OLIVEIRA, Fagna Florindo; SANTOS, Sonia Maria Rodrigues. A arte de fidelizar clientes como diferencial competitivo. *Revista Foco*, v. 7, n. 1, 2014.

Acesso em: <https://ojs.focopublicacoes.com.br/foco/article/view/123>