

TRATAMENTO DE RECLAMAÇÕES

Controle de Revisões

<i>Elaborado por:</i> José Alexandre Generoso	
<i>Revisado por:</i> José Alexandre Generoso	
<i>Verificado por:</i> José Alexandre Generoso	
<i>Aprovado por:</i> Marcelo Cirne Lima	

Histórico de Revisões

<i>Revisão</i>	<i>Data</i>	<i>Item</i>	<i>Descrição</i>
1	26/1/2010	---	Primeira publicação.
2	12/7/2010	4	Introdução do SKYPE para o SAC no WebSite.
3	24/1/2011	Todas as páginas	Substituição da logomarca FARM TECH S/A para TRU TEST Group e também de todo o texto onde aparecia o antigo nome da empresa para TRU TEST BRASIL.
4	09/12/2011	3	Alteração do texto do item 3 para incluir a Lei No.: 9.933 de 20 de dezembro de 1999..

Índice

1	Objetivo	1
2	Abrangência	1
2	Documentos correlatos	1
4	Medição da satisfação do cliente	2
4.1	Pesquisa de Satisfação	2
4.1.1	Frequência de pesquisa	2
4.1.2	Cálculo do índice de satisfação	2
4.1.3	Análise do resultado das pesquisas	2
4.2	Percepção direta	3
4.3	Reclamações / sugestões.	3
4.3.1	Demandas de assistência técnica	3
4.3.2	Encaminhamento	4
4.3.3	Critérios para avaliação de reclamações	4
4.3.4	Tratamento de reclamação de clientes	5
4.3.5	Realimentação do cliente	6
5	Indicadores	6

1 OBJETIVO

Este documento visa descrever as formas de obtenção e avaliação da percepção dos clientes da TRU TEST BRASIL com relação aos produtos e serviços, objetivando identificar oportunidades de melhoria bem como tratar e corrigir defeitos nos produtos ou falhas nos serviços, promovendo melhoria contínua dos níveis de satisfação dos clientes.

2 ABRANGÊNCIA

Abrange os processos de pesquisa de satisfação e tratamento de reclamações para o mercado atendido pela TRU TEST BRASIL.

3 DOCUMENTOS CORRELATOS

ISO9001 – Sistemas de gestão da qualidade – Requisitos

Leis No.: 8.078, de 11 de setembro de 1990, e No.: 9.933, de 20 de dezembro de 1999 – Código de Defesa do Consumidor

4 MEDIÇÃO DA SATISFAÇÃO DO CLIENTE

É feita através de pesquisa de opinião do cliente, percepção direta e registro de reclamações com relação aos produtos e serviços da TRU TEST BRASIL.

A TRU TEST BRASIL disponibiliza um canal de coleta para avaliar a satisfação dos seus clientes. Este canal encontra-se em nossos WebSites identificado como SAC, onde um atendente realiza a comunicação como cliente através do sistema SKYPE e registra as informações em uma planilha EXCEL, sendo esta planilha enviada mensalmente para a gerência nacional de área avaliar e proceder com o encaminhamento apropriado.

4.1 PESQUISA DE SATISFAÇÃO

Através do envio de questionários que são elaborados baseados em definições de aspectos de qualidade relevantes e enviados aos clientes por quaisquer meios de comunicação disponíveis (carta, fax, e-mail ou telefone). Pesquisas também podem ser feitas por meio de formulário entregue pessoalmente ao cliente.

Todos os questionários de pesquisa de satisfação são enviados pela gerência de área, conforma pesquisa aplicável, e são analisados e arquivados pela mesma gerência de área. As respostas são tabuladas em planilha específica aplicável aos questionários, e geram um índice de satisfação, conforme item 4.1.2 abaixo.

4.1.1 FREQUÊNCIA DE PESQUISAS

As pesquisas de satisfação de cliente são efetuadas ao longo do ano e tabuladas semestralmente de forma a gerar um indicador de índice de satisfação de clientes conforme item 5 deve haver pelo menos uma pesquisa durante o semestre.

4.1.2 CÁLCULO DO ÍNDICE DE SATISFAÇÃO

O índice final de satisfação de cliente é calculado por meio da tabulação das respostas efetuado em planilha EXCEL, aplicáveis à revisão dos questionários de pesquisas

utilizados. Nesta planilha estão definidas as pontuações obtidas e fórmulas de cálculo utilizadas.

A planilha de cálculo é disponibilizada para consulta pelas áreas envolvidas na pesquisa e armazenadas em formato eletrônico de forma a ser possível verificar o método de cálculo empregado.

4.1.3 ANÁLISE DO RESULTADO DAS PESQUISAS

A planilha é divulgada após encerramento da pesquisa, conforme item 4.1.2, para as áreas envolvidas e estas definem os critérios de análise e tomada de ação corretiva.

4.2 PERCEPÇÃO DIRETA

Percepção colhida durante reuniões com clientes, formalizadas ou não. Esta percepção é trazida a reuniões entre as áreas comerciais e os departamentos afetados e buscam tratar os problemas relatados de maneira direta.

4.3 RECLAMAÇÕES / SUGESTÕES

Espontâneo, obtida pela quantidade e qualidade das reclamações recebidas e pela eficácia das ações de correções tomadas, obtidas pela satisfação do cliente com relação à reclamação registrada.

A frequência de envio destes questionários é no mínimo anual podendo ser abreviada se o responsável pelo pós-venda achar conveniente.

O segmento de mercado e a forma de pesquisa podem também ser definidas de acordo com a visão de necessidade de pesquisa pelas áreas comerciais e de pós-venda.

4.3.1 DEMANDAS DE ASSISTÊNCIA TÉCNICA

São consideradas reclamações as demandas que satisfaçam os critérios definidos no item 4.3.3. Estas situações devem ser informadas por quaisquer meios definidos neste documento, caso contrário, são consideradas demandas normais tratadas conforme os processos para solicitações de atendimento técnico.

4.3.2 ENCAMINHAMENTO

As reclamações são colhidas e analisadas pelas áreas comerciais e de serviços ou recebidas pelos meios de comunicação disponíveis e encaminhadas à gerência de área que avalia a pertinência da reclamação junto às áreas afetadas, se aplicável, visando eliminar aquilo que não se caracteriza como reclamação.

4.3.3 CRITÉRIOS PARA AVALIAÇÕES DE RECLAMAÇÕES

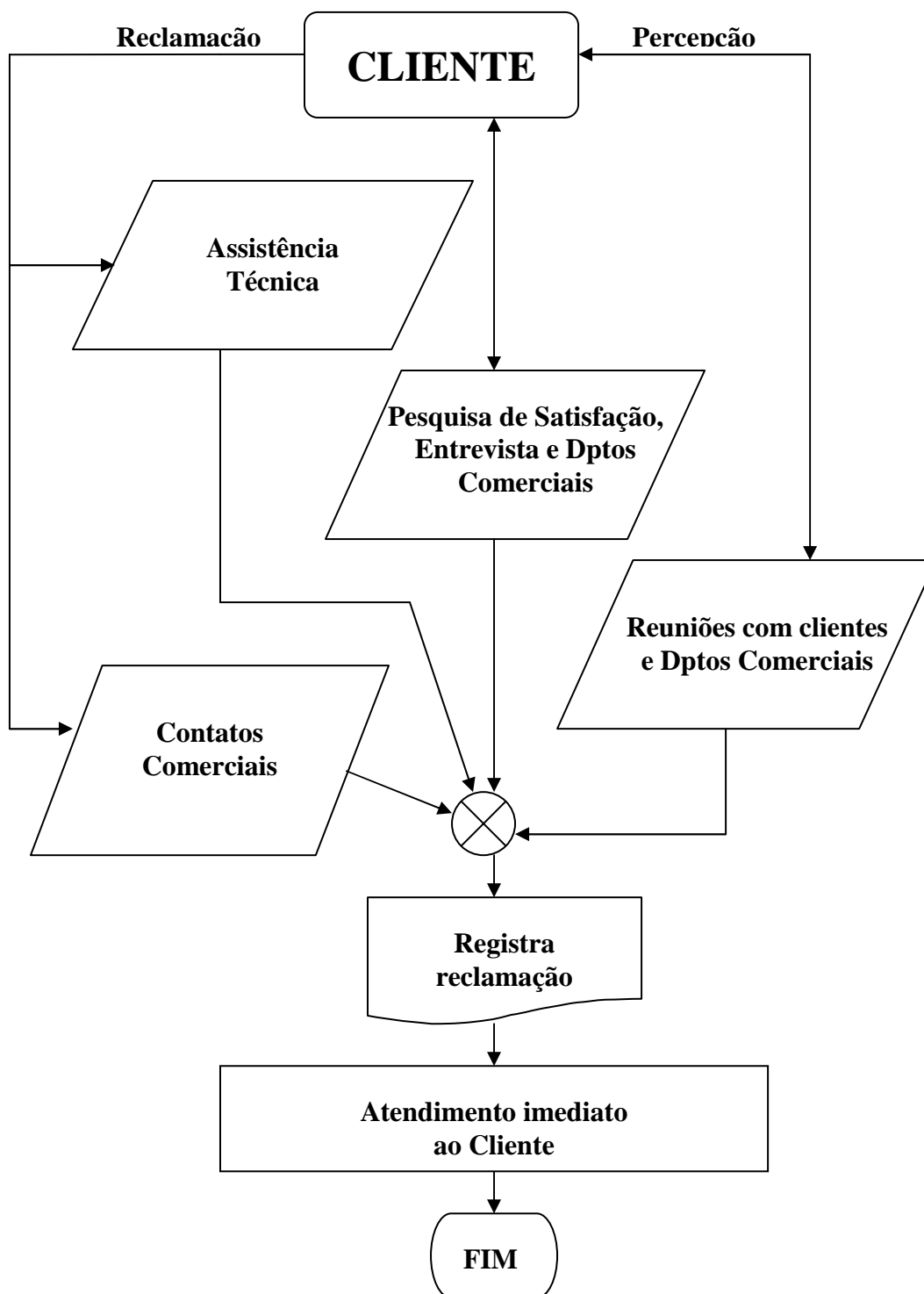
Os critérios subjetivos para avaliação de pertinência das reclamações são os seguintes:

- Atendimento insatisfatório de demandas justas do cliente;
- Reincidências de problemas anteriores;
- Não atendimento ao código de defesa do consumidor, quando aplicável;
- Não cumprimento de contrato de fornecimento de produto ou serviço;
- Insatisfação quanto ao desempenho de produto;



- Outros tipos de problemas que possam ser considerados reclamação pertinente segundo critério acordado entre as áreas envolvidas e o próprio reclamante.

4.3.4 TRATAMENTO DE RECLAMAÇÃO DE CLIENTES



4.3.5 REALIMENTAÇÃO DO CLIENTE

O cliente é realimentado com informações que demonstram os termos de abertura de um processo de tratamento e, se aplicável, relativas às ações imediatas tomadas. Ações corretivas geradas no sentido de eliminar a causa raiz são informadas a menos que, por



decisão da diretoria, forem consideradas sigilosas ou vierem a ferir a estratégia comercial da empresa. Nesta caso, apenas a eficácia é verificada junto ao cliente reclamante ou por análise da gerência de área.

5 INDICADORES

Este processo mantém indicadores de índice de satisfação de clientes e reclamações, apresentados e analisados nas reuniões de análise crítica envolvendo a direção e a gerência de área.