



## **CLIENTE FISCAL, APROVEITE ESSA IDEIA!**

Fazer com que o próprio cliente opine diretamente sobre o gerenciamento interno de uma padaria é uma forma de valorizar e fortalecer a relação da empresa com seu público. É importante manter um canal aberto com os consumidores, com isso, aumentam as chances de satisfazer as necessidades de quem frequenta a loja.

Uma maneira eficiente de dar mais voz ativa ao consumidor é criar uma comissão de “clientes-fiscais”, pessoas exigentes escolhidas pela panificadora – entre as mais frequentes –, para fiscalizar as atividades do estabelecimento. Estes têm carta branca para opinar sobre a qualidade de prestação de serviços e produtos da empresa.

### ***Compromissos do cliente-fiscal***

Os integrantes dessa comissão têm a missão de, no mínimo uma vez ao mês, verificar e avaliar tudo na padaria: a área de produção; higiene dos funcionários; desperdício de insumos ou produtos acabados; limpeza do maquinário, do local de trabalho, do banheiro, do depósito; postura dos empregados da área de vendas; abastecimento das prateleiras da loja. São literalmente fiscais da qualidade, que chegam sem marcar hora e fazem valer suas considerações, através de notas que dão aos itens relacionados na avaliação.

O cliente-fiscal geralmente se apresenta ao chegar à padaria, através de um cartão de identificação, confeccionado pela própria empresa. Entretanto, quando ele vai avaliar o setor de Atendimento, não se identifica como tal para a atendente. Isso evita que a funcionária seja influenciada e mude seu comportamento, já que ela saberia que está sendo avaliada.



### **Como envolver o cliente na fiscalização**

Para incentivar a pessoa a fazer desse processo um compromisso, pode-se, por exemplo, oferecer ao cliente-fiscal descontos de 20% em qualquer produto **fabricado** pela panificadora. Além disso, o cliente geralmente se sente honrado em ser convidado para essa atividade.

### **Benefícios desta iniciativa**

- Funcionários tornam-se motivados a cuidar mais da aparência e higiene pessoal.
- A presença do cliente-fiscal mobiliza funcionários a manter o serviço mais organizado e o ambiente de trabalho sempre limpo.
- Quando a empresa tem seu funcionamento aberto aos clientes, estes passam a ter maior confiança nos produtos que consomem. Tornam-se fregueses assíduos porque adquirem maior confiança no trabalho da empresa.
- A presença do cliente-fiscal dá sustentação para que a qualidade diária seja uma constante.

### **Modelo de pesquisa**

Veja a seguir um modelo do que pode ser utilizado com o cliente fiscal:

|  |              |                            |                    |                    |   |   |   |
|--|--------------|----------------------------|--------------------|--------------------|---|---|---|
| Prezado <b>Cliente-fiscal</b> , com objetivo de melhorar nosso atendimento, solicitamos a sua avaliação. Marque um x no número correspondente à sua opinião: |              |                            |                    |                    |   |   |   |
| 5 Muito satisfeito   | 4 Satisfeito | 3 Mais ou menos satisfeito | 2 Pouco satisfeito | 1 Nada satisfeito  |   |   |   |
| <b>ATENDENTES</b>  |              |                            | 😊                  | Grau de satisfação |   |   |   |
| Tratamento   |              |                            | 5                  | 4                  | 3 | 2 | 1 |
| Simpatia   |              |                            | 5                  | 4                  | 3 | 2 | 1 |
| Rapidez  |              |                            | 5                  | 4                  | 3 | 2 | 1 |
| Sugestão de vendas   |              |                            | 5                  | 4                  | 3 | 2 | 1 |
| Limpeza do setor   |              |                            | 5                  | 4                  | 3 | 2 | 1 |
| Organização  |              |                            | 5                  | 4                  | 3 | 2 | 1 |
| Reposição  |              |                            | 5                  | 4                  | 3 | 2 | 1 |
| Higiene pessoal  |              |                            | 5                  | 4                  | 3 | 2 | 1 |



| CAIXAS           | 😊 | Grau de satisfação |   |   |   | ☹ |
|------------------|---|--------------------|---|---|---|---|
| Tratamento       | 5 | 4                  | 3 | 2 | 1 |   |
| Simpatia         | 5 | 4                  | 3 | 2 | 1 |   |
| Rapidez          | 5 | 4                  | 3 | 2 | 1 |   |
| Limpeza do setor | 5 | 4                  | 3 | 2 | 1 |   |
| Organização      | 5 | 4                  | 3 | 2 | 1 |   |
| Reposição        | 5 | 4                  | 3 | 2 | 1 |   |
| Higiene pessoal  | 5 | 4                  | 3 | 2 | 1 |   |

| GERENTES        | 😊 | Grau de satisfação |   |   |   | ☹ |
|-----------------|---|--------------------|---|---|---|---|
| Tratamento      | 5 | 4                  | 3 | 2 | 1 |   |
| Simpatia        | 5 | 4                  | 3 | 2 | 1 |   |
| Rapidez         | 5 | 4                  | 3 | 2 | 1 |   |
| Higiene pessoal | 5 | 4                  | 3 | 2 | 1 |   |

| PRODUTOS   | 😊 | Grau de satisfação |   |   |   | ☹ |
|--|---|--------------------|---|---|---|---|
| Qualidade dos produtos   | 5 | 4                  | 3 | 2 | 1 |   |
| Cite, por favor, quais produtos estão fora de nosso padrão de qualidade: |   |                    |   |   |   |   |
|  |   |                    |   |   |   |   |
|  |   |                    |   |   |   |   |
|  |   |                    |   |   |   |   |
| Sugestões de melhoria:   |   |                    |   |   |   |   |
|  |   |                    |   |   |   |   |
|  |   |                    |   |   |   |   |
|  |   |                    |   |   |   |   |
| Agradecemos sua colaboração!   |   |                    |   |   |   |   |

**Comunicação ITPC**  
**(31) 2101-9999**  
**[www.institutoitpc.org.br](http://www.institutoitpc.org.br)**  
**[itpc@institutoitpc.org.br](mailto:itpc@institutoitpc.org.br)**  
**Janeiro 2012**