

OTIMIZAÇÃO NOS PROCESSOS DE ATENDIMENTO *ONLINE* EM PIZZARIA

Ruan Del Arco Muniz* e José Alexandre Ducatti*

*Tecnologia em Informática para Negócios, Faculdade de Tecnologia de São José do Rio Preto

email: ruan.muniz@fatec.sp.gov.br¹; jose.ducatti@fatec.sp.gov.br²

Resumo: Esse trabalho mostrará os problemas que uma pizzaria de São José do Rio Preto enfrenta em relação ao atendimento ao cliente e busca aprimorar e otimizar esse processo, a fim de melhorar o atendimento e a relação com o cliente.

palavras-chave: atendimento, otimização, processos, venda online.

Abstract: *This template will show the problems that a pizza restaurant in São José do Rio Preto faces in relation to customer service and seeks to improve and optimize this process in order to improve customer service and relationship.*

Keywords: *attendance, optimization, procedure, online sale.*

1. Introdução

Devido a pandemia do Covid-19, houve um aumento significativo na procura por compras *online*. No setor alimentício não foi diferente. Este aumento mostrou que as empresas não estão totalmente preparadas para esta forma de atendimento. De acordo com Costa (2021), do jornal Estado de Minas,

O *e-commerce* brasileiro registrou um faturamento recorde em 2021, totalizando mais de R\$161 bilhões, um crescimento de 26,9% em relação ao ano anterior. O número de pedidos aumentou 16,9%, com 353 milhões de entregas, segundo levantamento da Neotrust, empresa responsável pelo monitoramento do *e-commerce* brasileiro. O valor médio por compra também registrou aumento de 8,6% em relação a 2020, atingindo a média de R\$ 455.

Ainda sobre vendas *online*, Fiuza (2021) relata “A pandemia acelerou a digitalização dos supermercados. A venda de alimentos *online* cresceu 900% durante março de 2020 até julho deste ano”.

Observando uma empresa de alimentos, mais especificamente uma pizzaria, foi possível notar a existência de problemas na área de atendimento ao cliente, no que diz respeito aos pedidos. A empresa não estava preparada para o problema apresentado e tornou-se necessário repensar a maneira de como os pedidos deveriam ser elaborados.

Uma investigação se torna necessária em relação aos processos que a empresa apresenta para que execute uma venda. Analisar o mercado, analisar os pontos de venda da empresa e os procedimentos são primordiais nesta época para que consiga vantagem competitiva e sobrevivência.

Mediante os fatos relatados este trabalho visa observar qual é o melhor procedimento a ser implementado de modo que resolva os problemas dos pontos de venda *online*.

2. Justificativa

A razão pela qual estamos estudando esse problema é porque nessa empresa, o atendimento *online* ao cliente é 100% essencial para o desenvolvimento e crescimento da mesma. E nesse contexto, temos que evitar ao máximo a chance de falhas. Dado os problemas apresentados na introdução, observa-se que existe necessidade de investigar a melhor maneira de tornar esse atendimento um bom atendimento *online*.

Para tanto, foi necessário estudar os impactos das vendas online e propor uma melhoria no atendimento ao cliente buscando recursos de tecnologia, assim como determinar qual o tipo de *software* melhor representa o atendimento online para pizzarias no modelo da pizzaria X.

3. Metodologia

Para desenvolver esse trabalho foi utilizado o estudo de caso da respectiva empresa. A observação da rotina e das tarefas diárias que têm relação direta com o processo de atendimento ao cliente.

4. Fundamentação teórica

Tendo em vista a necessidade da empresa, é possível encontrar algumas ferramentas para solucionar os problemas enfrentados pela empresa. São elas o PABX, o PDV, Link Dinâmico e o aplicativo de mensagem (*Whatsapp*).

O PABX é uma central telefônica. O aparelho conecta-se diretamente à uma operadora de telefonia (com uma ou mais linhas), da mesma maneira que um telefone comum. O diferencial é que ele permite a conexão direta com outras linhas internas, inclusive sem fio, por meio de ramais.

Uma delas é o sistema PDV, que é um *software* que faz a automação de processos no ponto de venda para otimizar sua gestão. Assim, todas as atividades são integradas, o que facilita o trabalho dos colaboradores e dá mais qualidade para o atendimento dos clientes.

Nesta etapa foi estudado o aplicativo de mensagens, que é usado no dia a dia da empresa. A utilização dessa ferramenta é muito importante para os processos de atendimento.

Aplicativo de mensagem (*WhatsApp*) é o principal meio de atendimento *online* que essa empresa possui. A otimização dessa ferramenta se faz necessária para aprimorar o atendimento, seja por meio de um link dinâmico ou por meio de um *chatbot*.

Link dinâmico é uma ferramenta que é enviada ao cliente e nele contém todas as opções servidas na empresa. É como um cardápio digital, mas com os processos e etapas para serem realizados os pedidos, sem que um atendente interfira. O próprio cliente entra e faz o pedido do início ao fim.

No atual momento da empresa, o link dinâmico se torna a ferramenta mais eficiente a ser implementada.

5. Desenvolvimento

A ferramenta de link dinâmico já existe, ela só seria implementada na empresa a fim de automatizar, agilizar e facilitar o processo de atendimento, diminuindo ou quase zerando a chance de erro.

Em seguida veremos duas imagens, sendo a figura 1. o retrato de como é o processo de atendimento atual, e na figura 2. como ficará após a implementação da ferramenta.

Figura 1. Ilustra como é realizado o processo atualmente.

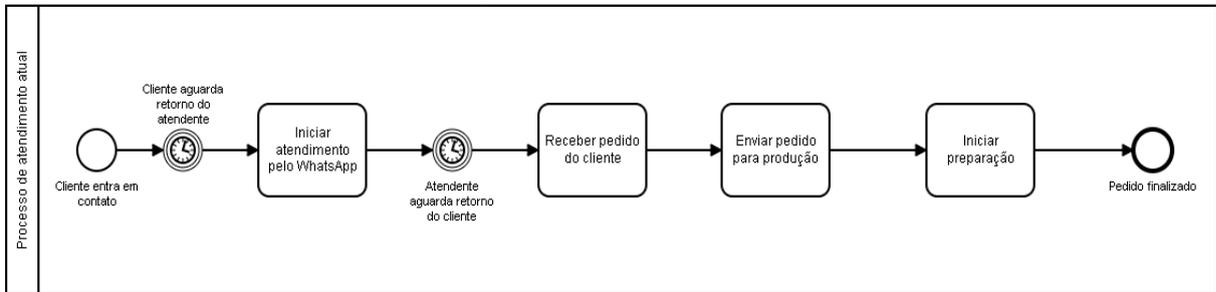
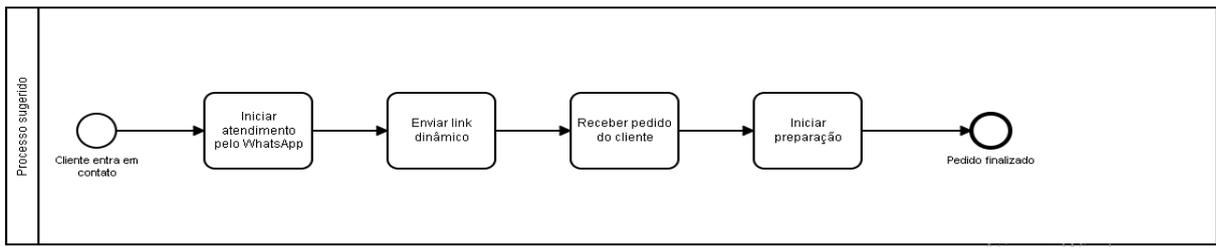


Figura 2. Ilustra como seria o processo após implantação da ferramenta.



Nota-se que o número de etapas foi reduzido, visando a agilidade e automatizando o atendimento. Assim, o cliente acessa o menu e realiza o pedido, facilitando o processo e fazendo tudo do começo ao fim, sem ter que esperar por um atendente. É claro que ainda existirá atendente na empresa à espera de clientes que desejam fazer o pedido por eles, mas com a implementação da ferramenta de link dinâmico, isso tende a diminuir, tornando o próprio processo mais eficaz.

Na imagem 3. mostramos como seria o primeiro contato com o cliente já com a opção do link dinâmico caso o cliente queira seguir com o atendimento por conta própria. Nas figuras 4 a 9 podemos ver a sequência do atendimento após o cliente optar pelo atendimento automático do link dinâmico. Sendo que a figura 8 é a tela do estabelecimento na hora que o pedido é recebido.

Figura 3. Mostra a mensagem do primeiro contato do cliente com a pizzaria.

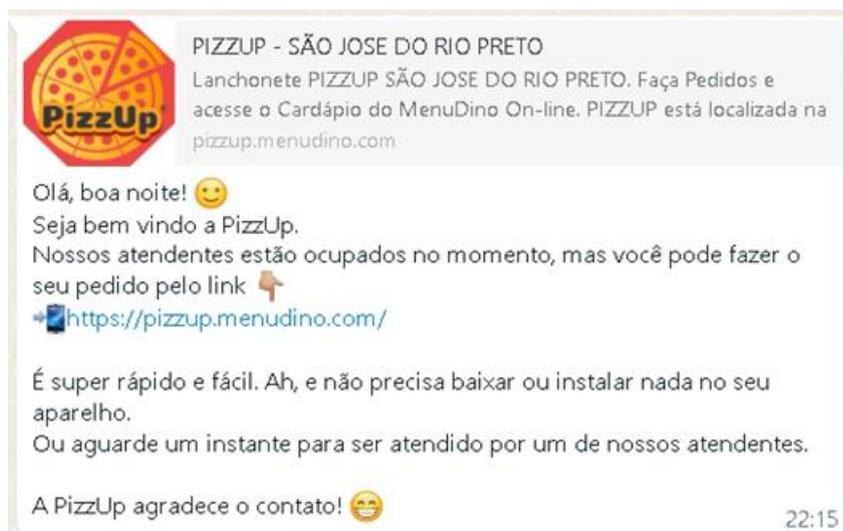


Figura 4. Após o cliente clicar no link dinâmico, essa tela é mostrada.



Figura 5. Mostra o menu que o cliente tem disponível para fazer pedidos.

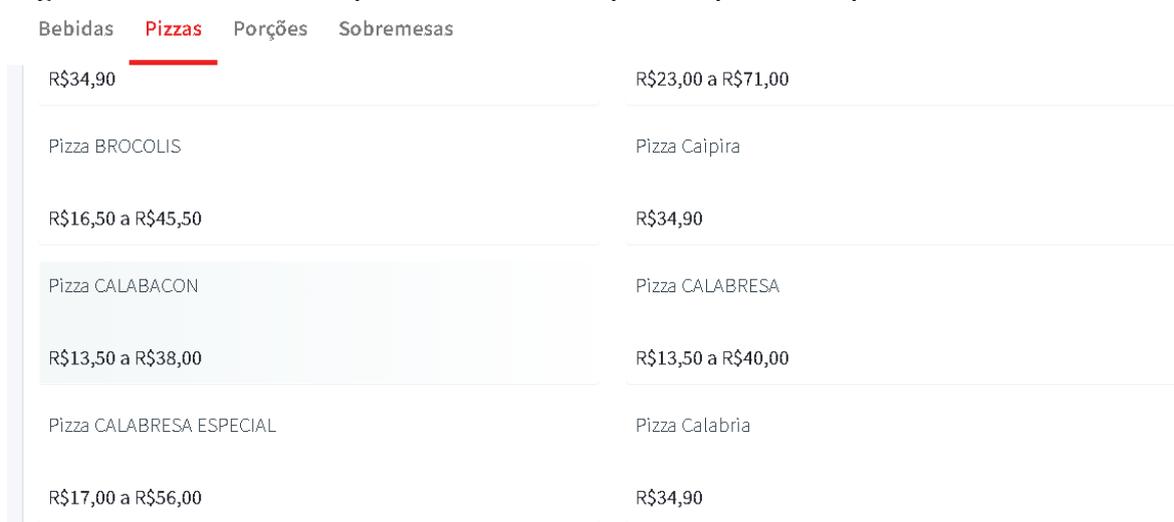


Figura 6. Após o cliente realizar o pedido, ele é direcionado para a página de pagamento.

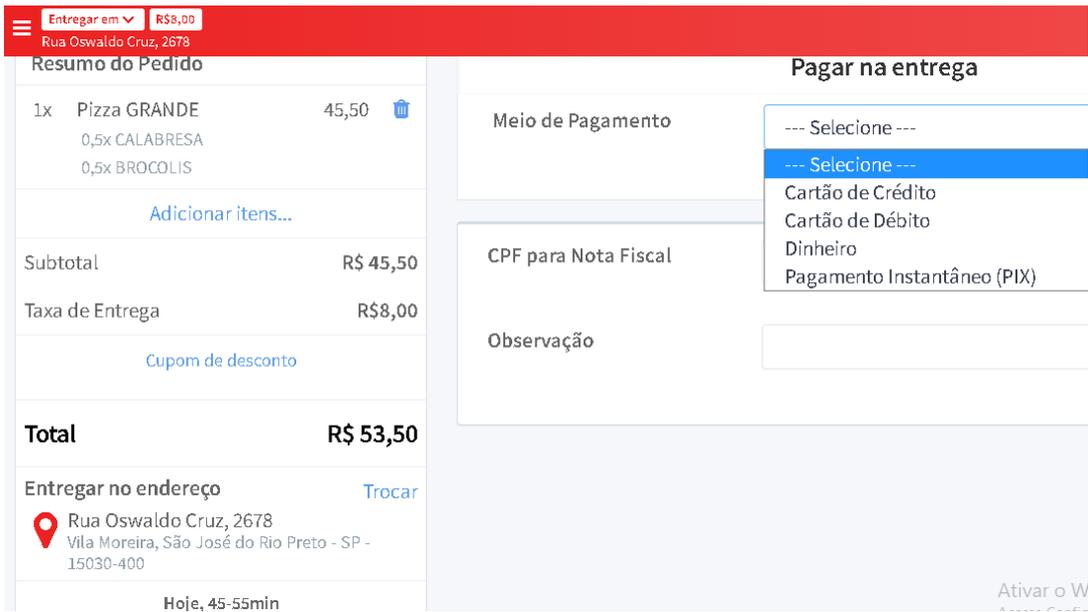


Figura 7. Após todos os processos serem concluídos, essa tela é mostrada ao cliente, que aguarda pela confirmação do estabelecimento.



Figura 8. Nesta figura, é mostrada como o estabelecimento recebe o pedido, já com todos os dados do cliente inseridos.

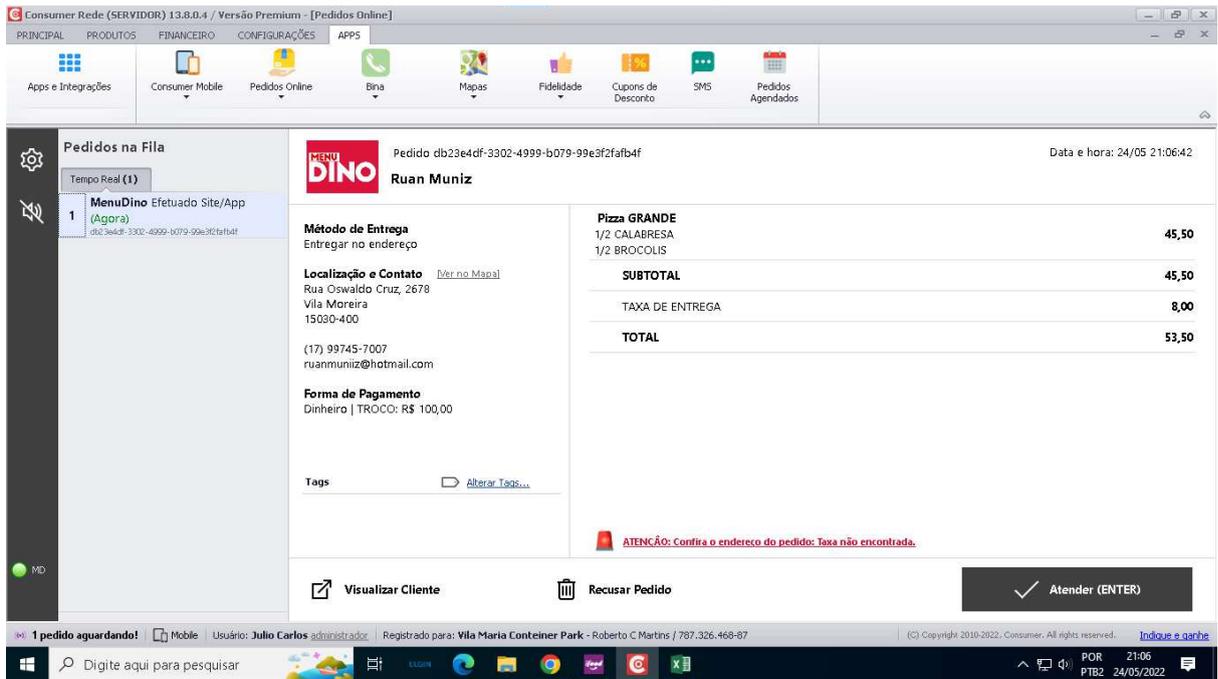


Figura 9. E por último, é mostrado a tela do cliente já com o pedido aprovado pelo estabelecimento.



6. Trabalhos similares

Desenvolvimento de um Chatbot para atendimento ao cliente em restaurantes - Neste trabalho feito por Daniel Prince e Lucas Oliva - Fatec Rio Preto, é abordado a possibilidade de criação e implementação de um Chatbot para auxiliar no atendimento ao cliente em restaurantes, a fim de aumentar a eficiência da comunicação.

No trabalho “**SISTEMA DE ATENDIMENTO E VENDAS - SAV**” realizado por Dorival Bovo Junior - Fatec de Franca, “Cada vez mais os Sistemas de Informação estão presentes nas empresas com o objetivo de aperfeiçoar e automatizar atividades e processos, substituindo a forma tradicional de como as atividades eram realizadas, gerando também conteúdo de dados que podem ser transformadas em informações essenciais para a tomada de decisões dos gestores das empresas”

7. Resultado e discussões

A empresa optou pela implementação do link dinâmico devido ao seu custo ser o mais acessível no momento, isso fez com que os processos da respectiva empresa, mais especificamente o atendimento, melhorassem de maneira bastante significativa, trazendo facilidades e maior eficiência em todas as fases do processo.

Além de diminuir etapas, ficou mais claro para o cliente e com uma melhor usabilidade, tornou o processo de atendimento muito mais ágil e eficaz.

8. Conclusão

Após o exposto neste trabalho, podemos concluir que a ferramenta pensada e aplicada para a empresa foi eficaz e trouxe muitos benefícios para a mesma. Agilizando processos e otimizando o atendimento, que era o principal problema, a empresa apresentou um crescimento considerável no número de vendas e uma diminuição nas falhas de comunicação com o cliente.

Referências

COSTA, Mariana. **Com pandemia, vendas pela internet crescem 27% e atingem R\$161 bi em 2021**. 2022. Disponível em:

https://www.em.com.br/app/noticia/economia/2022/02/02/internas_economia,1342064/com-pandemia-vendas-pela-internet-crescem-27-e-atingem-r-161-bi-em-2021.shtml. Acesso em: 17 mar. 2022.

FIUZA, Renan. **Vendas de alimentos online crescem 900% na pandemia**. 2021. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/business/vendas-de-alimentos-online-crescem-900-na-pandemia-aponta-pesquisa/>. Acesso em: 16 mar. 2022.

PRINCE, Daniel Martinelle. **Desenvolvimento de um Chatbot para atendimento ao cliente em restaurantes**. 2018. 9 f. TCC (Graduação) - Curso de Informática Para Negócios, Faculdade de Tecnologia de Rio Preto, São José do Rio Preto, 2018

BOVO JUNIOR, Dorival. **SISTEMA DE ATENDIMENTO E VENDAS - SAV**. 2019. 20 f. TCC (Graduação) - Curso de Tecnologia em Análise e Desenvolvimento de Sistemas, Faculdade de Tecnologia de Franca, Franca, 2019.