

044

**SERVIÇO AO CLIENTE: UMA ANÁLISE DAS ESTRATÉGIAS DE MARKETING ADOTADAS PELOS CIRURGIÕES DENTISTAS.** *Paulo Eduardo G. Freire, Altamir S. Souza*, (Depto. de Ciências Econômicas, Administrativas e Contábeis, FURG)

Os serviços Odontológicos são propícios para o estabelecimento do relacionamento de longo prazo entre o cirurgião dentista e o cliente. Para tal, torna-se fundamental o desenvolvimento de estratégias de serviço ao cliente. Através de observação e levantamento, tendo como instrumento um questionário estruturado, constatou-se as preocupações e as atitudes em termos de serviços prestados, o tipo de comunicação, política de preços, localização e estratégias de pós-marketing, adotadas por parte dos profissionais da área. A população considerada foi a de cirurgiões dentistas filiados à Associação Brasileira de Odontologia - Regional-Litoral, dos quais trinta e nove (39) foram entrevistados, compondo o universo de dados analisados. Os resultados da análise indicam que, apesar da maioria dos profissionais, independente de sexo, faixa etária e tempo de serviço, considerarem os elementos acima citados importantes, são poucos os que realmente os conhecem e praticam. Concluindo, a maioria dos profissionais não encontram-se preparados e orientados para estabelecer estratégias de marketing, pós-marketing e preços, que possam melhorar e aperfeiçoar os serviços oferecidos aos clientes e, em consequência, proporcionar o alcance de uma vantagem competitiva dentro desse mercado cada vez mais competitivo e exigente. (CNPq)