



Realização:



Apoio:



**XVII CIC
X ENPOS**

Conhecimento sem fronteiras
XVII Congresso de Iniciação Científica
X Encontro de Pós-Graduação
11, 12, 13 e 14 de novembro de 2008

Atendimento personalizado no e-commerce: revendo conceitos

- Autor(es):** PONTES, Eduardo Ribeiro;
Apresentador: Eduardo Ribeiro Pontes
Orientador: Luciano Maciel Ribeiro
Revisor 1: Sergio Satt Júnior
Revisor 2: Álvaro Antônio Dal Molin Flores
Instituição: Faculdades Atlântico Sul do Rio Grande - Anhanguera

Resumo:

A espécie humana foi evoluindo e suas necessidades aumentaram, a extração de matéria prima, não foi mais suficiente para satisfazê-las. O homem criou necessidades novas, e o comércio serviu para que toda a sociedade realizasse trocas do que fosse produzido. A satisfação dessas necessidades deve-se através das trocas, entre tribos, de produtos, principalmente de gêneros alimentícios, como grãos e frutas, processo que ficou conhecido como escambo. Posteriormente, com as novas necessidades, o comércio de produtos surge, sendo realizado através da moeda, refletindo tal fato, na sociedade de hoje. Atualmente temos a internet, a qual gerou um grande impacto no universo empresarial, dentro deste contexto surgiu o comércio eletrônico (CE). Buscando entender as alterações provocadas no relacionamento com os clientes, o presente estudo concentra-se na identificação das ferramentas de atendimento ao cliente em sites de comércio eletrônico. Conforme Turban et al. (2000) o CE resulta do processo de comercialização de produto, serviços e informações, baseados em infra-estrutura de Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC), sobre a base de Internet, reconhecendo a importância da mesma para a sustentação destes processos de negócio. Segundo Pinho (2000) a crescente globalização de mercados associada à integração entre as empresas, criam um novo ambiente organizacional. Para as empresas o CE vai muito além de redução de custos, ele pode representar uma forma mais qualificada de atender os clientes. O objetivo do trabalho é avaliar a capacidade destas tecnologias de atender as necessidades de informações e dúvidas dos clientes e usuários. Na busca de satisfazer suas necessidades, o homem procura ferramentas para facilitar tal satisfação, evidenciando assim a necessidade da pesquisa. A pesquisa pode ser caracterizada como qualitativa, buscando fazer a percepção dos atributos das ferramentas de atendimento ao cliente. Tendo como objetivo descrever a função de cada uma destas ferramentas no contexto de CE. Como procedimento de pesquisa foi adotado o estudo de caso, sendo escolhidas empresas que possuem plataformas de CE.