



ESTUDO DE VIABILIDADE DE IMPLANTAÇÃO DA FERRAMENTA HELP DESK EM EMPRESA DE ATUAÇÃO NA ÁREA DE INTERNET E TELEFONIA DO EXTREMO OESTE DE SANTA CATARINA

Dalvana Schaefer, Sibeles Mueller

RESUMO: O presente trabalho se justifica pelo estudo de viabilidade de implementação do Help Desk na empresa Informática Itapiranga LTDA EPP, no qual para a realização da análise deste estudo foi utilizada a pesquisa qualitativa, com uma entrevista utilizando o método indutivo, sendo que esta entrevista foi realizada com o Supervisor Administrativo da empresa. Os resultados obtidos durante a entrevista e na observação realizada no decorrer do estágio na empresa serão descritos neste artigo e foram muito relevantes para o andamento do trabalho, sendo que se verificou que é possível e muito viável implementar o Help Desk da empresa.

Palavras-chave: Inovação. Tecnologia da Informação. Cliente.

1 INTRODUÇÃO

Toda e qualquer empresa que visa um crescimento e destaque no mercado, está sempre em busca de inovações, fato esse que a TI (tecnologia da informação) pode proporcionar. São diversos os fatores no qual um controle maior, um auxílio de sistemas na tomada de decisões pode se tornar o diferencial para as empresas frente a seus concorrentes. (STADLER et al., 2013, p.123).

Compreendida a importância da TI para as empresas, é necessário entendermos que o sucesso das empresas não depende somente da quantidade de inovações feitas internamente, mas sim, sempre se deve ter um olhar muito grande às expectativas do cliente, pois é ele quem determina o sucesso de todas as empresas. O foco das empresas deve ser voltado aos seus clientes, buscando oferecer produtos e serviços que venham ao encontro de suas realidades. Nesse contexto, visando o melhor atendimento aos clientes, são muitas as empresas que buscam a implementação de um setor ou direcionamento de funcionários a atenderem e auxiliarem os clientes nas suas dúvidas, surgindo assim aos poucos os setores de Help Desk. (STATDLOBER, 2006, p.1).

O Help Desk já vem de muito tempo, e surge de forma bastante semelhante nas empresas, pois inicialmente as empresas colocam um funcionário a disposição dos clientes para que possam ligar e tirar suas dúvidas. Com o passar do tempo isso se torna insuficiente e é necessário criar toda uma equipe, que não somente receba as ligações como também solucione o problema dos clientes. A implementação do Help Desk se torna interessante quando é possível solucionar os problemas dos clientes de forma imediata e personalizada sem a necessidade da locomoção de funcionários para esse fim. Ao mesmo tempo que o problema é solucionado, imediatamente aumenta o valor da empresa frente ao cliente e diminuem os custos de locomoção. (COHEN, 2008, p.20).

Neste contexto esse artigo tem como objetivo verificar a viabilidade de implementação do Help Desk na empresa Informática Itapiranga LTDA EPP, essa verificação se dá pelo fato de que muitas vezes os funcionários da empresa estão se locomovendo a diversos locais para solucionar problemas simples, que através de um suporte remoto seria possível solucioná-los. A ideia seria de que antes do cliente ter que solicitar o serviço de suporte em sua casa, poderia solicitar ajuda de forma remota, diminuindo o custo e buscando solucionar o serviço no momento em que o cliente entra em contato com a empresa.

Desta forma esse processo de verificação de viabilidade de implementação, ocorrerá primeiramente com estudos teóricos e aprofundados sobre o Help Desk, bem como após esse



passo será analisada a estrutura da empresa e por meio de uma entrevista serão levantados fatores para análise dessa viabilidade de implementação. Buscando chegar a um resultado concreto e que venha a agregar a todos os envolvidos no processo.

2 REVISÃO DA LITERATURA

2.1 CLIENTES

A partir da satisfação dos clientes pode ser determinada a competitividade das empresas no mercado, fator esse que leva as empresas a buscar uma melhoria contínua no aperfeiçoamento de seus produtos e serviços. Nesse processo de atingir as expectativas do cliente, é muito válida a ideia de verificar quais são as maiores necessidades dos clientes e buscar métodos para solucioná-las. (QUEIROZ, 2004).

Após a compreensão do real valor do cliente para as empresas, está ocorrendo um processo no qual o diálogo interno das empresas é cada vez maior em busca de soluções para satisfazer as necessidades do cliente. A partir de uma boa comunicação interna e com o cliente, é possível chegarmos a bons resultados. E neste contexto vem das empresas perceberem que a tecnologia pode trazer muito auxílio no momento de tomada de decisões, principalmente quando se busca uma maior satisfação dos clientes. (MACÊDO et al., 2007).

Quando se trata da satisfação dos clientes na situação atual de mercado, a preocupação das empresas não deve mais estar focada somente em adquirir um novo cliente e vender o seu produto, mas sim, o cliente busca uma satisfação contínua desde o momento da compra e após prima pela satisfação toda vez que for utilizar o produto adquirido, sendo de responsabilidade da empresa oferecer um produto e/ou serviço de qualidade para os seus clientes. (TASCA, et al., 1997 apud QUEIROZ, 2004).

2.2 GESTÃO DE MUDANÇAS

Cada vez mais as organizações estão buscando formas de se aproximar dos seus clientes pelo fato deles determinarem o sucesso do seu negócio. Como grande aliada desse processo surge a tecnologia da informação, mas não somente ela que determina o sucesso da organização. Toda e qualquer ideia que esteja sendo cogitada para futura implementação deve ser muito bem planejada para que a implementação de novas estratégias realmente tragam as empresas os objetivos esperados. (KAPLAN; NORTON, 2001).

São vários os itens a serem analisados antes de uma implementação em qualquer empresa para que se tenha resultados positivos de acordo com o planejado. Como são inúmeros os possíveis padrões que podem ser utilizados como fórmulas de sucesso baseadas em empresas de destaque. É extremamente importante compreendermos que cada empresa tem a sua realidade, e que padrões podem ser analisados como base, mas nem sempre estarão se encaixando perfeitamente em todas as empresas. (KAPLAN; NORTON, 2001).

Para compreender melhor essa questão e analisar fatores que podem ser bem interessantes para todas as empresas em elaborações de implementações, seguem a seguir alguns itens (REZENDE; ABREU, 2011, p.255):

- a) Custo: são cinco os principais fatores a serem analisados, e sempre que possível deve ser informado o valor de todos eles em reais:
 - primeiramente deverá ser colocado no papel qual o custo total com a aquisição de *Hardwares* e *Softwares*;
 - analisar se existe a necessidade de contratação de recursos humanos, como devem ocorrer treinamentos a todos os funcionários envolvidos;
 - aquisição de um novo ativo de TI que estará contando com uma implementação, pois não basta comprar o Software ou Hardware e não ocorrer a instalação do mesmo, como



também são frequentes as manutenções e adequações que devem ser levadas em consideração na análise;

- outro fator a ser analisado é a necessidade de aquisição de móveis, instalação ou alteração da rede elétrica;
- para finalizar, é importante na questão dos custos, analisar os impactos financeiros e ambientais e todos os demais impactos que podem ocorrer;

b) Benefícios: divididos em dois:

- benefícios mensuráveis: deve constar os valores e o tempo necessário para se obter resultados;
- benefícios não mensuráveis: não estão ligados a questão financeira, mas sim algo impalpável, um exemplo seria a satisfação do cliente ou a imagem da empresa para a sociedade;

c) Riscos: de forma geral apresenta as possíveis ameaças que podem ocorrer de acordo com o planejado para o projeto. Alguns riscos poderiam ser: mudança da legislação, mudanças na área de TI, percas ou transferências dos recursos humanos, etc;

d) Viabilidade: uma análise de tudo o que já foi elaborado para verificar se o projeto será ou não viável, devem ser analisadas tanto questões financeiras como sociais. (REZENDE; ABREU, 2011, p.255).

Quando tratamos de implementações em empresas é de extrema importância verificarmos a relação de todos os *stakeholders* (são caracterizados como todas as pessoas que possuem interesse no negócio em questão). Com estas implementações possivelmente se estará afetando toda uma estrutura organizacional desde os setores táticos, estratégicos e operacionais e com certeza algo estará afetando o cliente. O estudo sobre todos os envolvidos e o impacto gerado sobre todos deve ser levado em conta desde o início dos projetos. (O'BRIEN, 2010).

Essa preocupação com os envolvidos se dá pelo fato de que toda mudança gera um tipo de resistência das pessoas, essa resistência pode vir dos funcionários por estar tudo maravilhoso até o momento e achar que tudo possa parar de funcionar. Essa resistência também pode vir do cliente e esse é um grande problema, pois, como vimos no início, o cliente é a chave principal do negócio. (O'BRIEN, 2010).

Nesse gerenciamento de mudanças, um fator que vem a auxiliar os funcionários e clientes na implementação de novos ativos são os treinamentos, mas um fator que pode vir muito antes dos treinamentos e trará muitos resultados é envolver os funcionários e clientes no projeto, para que eles possam entender o que vai ocorrer e quais as mudanças positivas a curto e a longo prazo. Dessa forma, com o envolvimento das pessoas, o processo de implementação se torna bem mais tranquilo pois todos estão cientes de quanto essa mudança está vindo para auxiliá-los. (O'BRIEN, 2010).

2.3 HELP DESK

Uma recomendação atual para todas as organizações que buscam se destacar no mercado é a utilização de ferramentas de TI para aumentar sua competitividade e trazer um diferencial frente a seus concorrentes, visto que estamos em uma era da informação e percebemos claramente que utilizar a tecnologia a favor do negócio melhora muito o desempenho da empresa. (STADLER et al., 2013).

Toda e qualquer empresa ao analisar um pouco percebe a importância do cliente, pois é ele que determina o crescimento e a qualidade da empresa. Assim em reuniões e divulgações das empresas o foco é o cliente. Neste contexto o bom atendimento ao cliente e a busca pelo melhoramento de seu atendimento é algo muito válido em todas as áreas. Para ocorrer uma aproximação entre o cliente e a empresa, muitas empresas estão optando pelo serviço de Help Desk, o qual estaremos entendendo um pouco melhor a partir de agora. (STATDLOBER, 2006).



O termo Help Desk já vem de muito tempo, e já se tornou muito popular, por serem muitas as empresas que o implementaram para proporcionar um melhor atendimento aos seus clientes. Sendo que o objetivo principal do Help Desk é estar levando apoio técnico as pessoas, para solucionar os seus problemas e como tirar suas dúvidas. Inicialmente na maioria das empresas o setor tem como objetivo solucionar alguns problemas em específico, mas quando percebem já estão dando um suporte geral a seus clientes. (ALBUQUERQUE, 2000).

Exemplos clássicos de implementação de setores de Help Desk são empresas que atuam em áreas de desenvolvimento de Softwares, que colocam alguns funcionários a disposição para auxiliar em momentos de dúvidas bem como realizar atualizações de novas versões de sistemas. Outras empresas que buscam cada vez mais disponibilizar esse serviço, são as empresas que fornecem produtos e serviços a seus clientes, pois com o passar do tempo com o deslocamento de profissionais aos locais em que ocorriam problemas foi possível perceber que muitos problemas podiam ser solucionados por meio de telefonemas e acesso remoto, diminuindo o custo de deslocamento de técnicos, como também automaticamente estariam agilizando o processo para os clientes. (ALBUQUERQUE, 2000).

Alguns aspectos são muito importantes, de se tomar um cuidado, que o serviço de Help Desk se inicia bem estruturado. Primeiramente defina internamente quais serão os serviços a serem prestados, e no momento de divulgar a oferta do Help Desk, pode ser entregue ao cliente um documento/ panfletos que especifique em quais atividades esse serviço pode ser solicitado. Pois se o cliente não souber em quais situações e para que é esse serviço, poderão ocorrer diversas situações desagradáveis, no qual possivelmente o cliente acredite que o serviço vá resolver tudo no instante em que for ao encontro desses profissionais. (COHEN, 2008).

Outro fator de extrema importância é a definição dos canais de atendimento ao cliente. Esses canais podem ser via um 0800 de atendimento telefônico, um formulário na web, como chats online, sendo que a empresa deve definir e comunicar aos clientes, podendo ser no mesmo panfleto dos serviços realizados. Após a definição de canais oficiais é de extrema importância que só sejam atendidos os clientes por meio desses canais. (COHEN, 2008).

Após a definição de quais são os serviços realizados e o canal de atendimento falta um fator a ser comunicado ao cliente, que são os dias e horários de atendimento, o cliente deverá saber se o atendimento ocorre todos os dias da semana, em horário comercial, ou horários diferenciados, caso a empresa possua plantões ao fim de semana de atendimento ao cliente os mesmos também deverão ser informados. Esses três fatores vistos são os essenciais a serem repassados aos clientes para não haver mal entendidos. (COHEN, 2008).

Inicialmente toda a empresa busca a partir do Help Desk, solucionar imediatamente todos os problemas de todos os usuários que buscam por esse serviço, mas sabemos muito bem que isso nem sempre é possível. Nesse contexto é importante para as empresas estipularem metas no qual por exemplo 85% dos clientes deverão estar satisfeitos e terem seus problemas resolvidos a partir do primeiros atendimento, como também a espera pelo atendimento não pode se prolongar muito mais de 2 minutos dependendo da realidade de cada empresa. Outro fator extremamente importante é que os canais de atendimento informados aos clientes sempre devem estar disponíveis, sendo que está disponibilidade deve ter um índice de no 98% de tempo. (STATDLOBER, 2006).

Após termos uma análise de todos os fatores e qual pode ser a taxa aceitável de espera e satisfação dos clientes, é de extrema importância que decorrido um período, podendo ser esse mensal, analisar se o cliente está sendo atendido com qualidade e se suas dúvidas estão sendo tiradas. A partir dessa análise é que podem ser definidos os pontos que já estão bons no atendimento e o que ainda precisa melhorar. (STATDLOBER, 2006).

Um fator de extrema importância é a documentação do que é feito, qual usuário é atendido, quais eram suas dificuldades e como foram solucionadas, seguido do funcionário que atendeu essa pessoa. A importância dessa documentação se dá pelo fato de que se mais um



cliente entrar em contato tendo a mesma dificuldade, seja solucionado no primeiro atendimento pois já se tem um passo a passo de como fazer, e em últimos casos pode ser feito contato com o funcionário que solucionou o mesmo problema ao outro cliente. (FOINA, 2012).

Para compreender um pouco melhor o Help Desk, é interessante entendermos quais são as suas ações (essas ações podem variar de acordo com o ramo de atuação da empresa) segundo FOINA (2012):

- a) indicação aos usuários de como devem ocorrer as operações dos equipamentos e manuseio de sistemas;
- b) suporte aos usuários sobre os serviços e recursos adquiridos pelo usuário através da empresa;
- c) explicações de manuseio e funcionamento de Banco de Dados;
- d) disseminação dos recursos de TI disponíveis na empresa;
- e) treinamento de usuários inexperientes quanto ao uso de sistemas e suas funcionalidades.

De forma geral a principal função do Help Desk é fornecer o mais rápido possível condições a seus clientes voltarem a trabalhar após um incidente, como também fornecer apoio a situações rotineiras. (FOINA, 2012).

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O presente estudo abordará questões voltadas à viabilidade de implementação do Help Desk na empresa Informática Itapiranga LTDA EPP, o processo de estudo dessa viabilidade de implementação procedeu-se por meio de pesquisas e métodos que estaremos vendo a seguir.

São inúmeros os métodos que podem ser seguidos para propiciar uma investigação clara, mas há uma que se destaca para o desenvolvimento deste trabalho que é o método indutivo. Onde é utilizado o raciocínio indutivo que é obtido por meio de observações da realidade, por meio de experiências obtidas nesse meio e assim chegar a um resultado bastante presumível como real. (GIL, 1999)

A pesquisa utilizada será a qualitativa que ocorre por meio de entrevistas onde podem ser observadas quais seriam as questões mais importantes para as pessoas envolvidas no processo em estudo. Fator interessante e que vem muito a agregar nessa pesquisa, pois a pessoa entrevistada estará livre para colocar mais afundo quais são as reais necessidades de alterações ao seu ponto de vista. (DANGELO, 2016).

Neste contexto de utilização de entrevistas para este estudo, estaremos compreendendo o que caracteriza uma entrevista. Uma entrevista na grande maioria das vezes ocorre entre duas pessoas, onde uma delas está em busca de esclarecimentos e respostas e a outra pessoa é quem se acredita ter um pleno domínio do assunto. Sendo que desta forma ocorre uma investigação, em busca de compreensão e entendimento sobre algum problema ou fator encontrado. (MARCONI; LAKATOS, 2017)

De forma geral será utilizado o método indutivo e a pesquisa qualitativa, onde serão elaboradas algumas questões a serem realizadas em uma entrevista marcada com o Supervisor Administrativo da empresa, para se ter um resultado que realmente venha ao encontro da realidade da empresa, e que se chegue a um resultado interessante para todas as partes envolvidas.

4 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

4.1 ESTUDO REALIZADO COM O SUPERVISOR ADMINISTRATIVO DA EMPRESA

Realizou-se este trabalho com o objetivo de desenvolver um estudo sobre a viabilidade de implementação de Help Desk na empresa Informática Itapiranga LTDA EPP. Onde o principal objetivo está focado na diminuição de custos para a empresa como solução rápida e personalizada aos problemas dos clientes.



No decorrer dos estudos observou-se o quanto o Help Desk vem ao encontro da realidade da empresa, fator esse que se tornou muito mais claro e compreensível a partir de uma conversa realizada com o Supervisor Administrativo da empresa, sendo que os dados levantados nesta entrevista servirão como base para a apresentação dos resultados obtidos. As perguntas realizadas na entrevista são as seguintes:

- a) Existe alguma situação na empresa que poderia ser melhorada com a implementação do Help Desk?
- b) Caso acredite ser interessante a implementação do Help Desk, quais seriam as principais vantagens para a empresa e para os clientes?
- c) Ao seu ver qual seria a melhor forma de implementar o Help Desk na empresa?
- d) Quais seriam os itens de extrema importância que deveriam constar em um panfleto de divulgação dos serviços?
- e) Teria a possibilidade de um funcionário estar atendendo os clientes nos momentos de dúvidas?
- f) Se sim de que setor é esse funcionário, e em quais horários estaria disponível para esse atendimento?
- g) E quais seriam os canais no qual o cliente poderia se comunicar com esse funcionário?

As respostas obtidas nesta entrevista, serão descritas a partir de agora conforme o andamento da conversa com o entrevistado.

Primeiramente no decorrer da entrevista foi possível compreender que a empresa tem uma visão muito clara e ampla da importância do cliente e de como um bom atendimento faz toda a diferença na fidelização dos mesmos. Desta forma, observa-se que a empresa se mostra muito interessada em trazer o melhor atendimento a seus clientes, com uma visão positiva das melhorias que poderiam vir para todas as pessoas envolvidas nos processos da empresa, através da implementação do Help Desk.

Foi demonstrado um grande interesse por parte da empresa em oferecer os serviços de Help Desk, onde a divulgação e informações sobre esse serviço estariam disponíveis no site da empresa, bem como poderiam ser disponibilizados panfletos aos clientes nos momentos de instalação e manutenção, onde constariam informações básicas sobre manutenção e contato com a empresa em caso de dúvidas.

Os meios de contatos disponíveis nos panfletos e sites seriam o telefone da empresa bem como o WhatsApp dos funcionários responsáveis pelo atendimento dos clientes internamente. Constaria também o horário de atendimento aos clientes para esclarecimento de dúvidas, sendo que esse seguiria o horário de atendimento da empresa que atua em horário comercial.

Hoje a empresa já atua com uma boa organização interna quando se trata de atendimento aos clientes que ligam solicitando ajuda. Atualmente o atendimento é dividido em três etapas. Inicialmente o cliente liga para empresa e são atendidos diretamente pelas atendedoras internas da empresa, que buscam solucionar os seus problemas, isso através de dicas para verificar se todos os cabos estão conectados corretamente, bem como informam como os clientes podem estar reinicializando seus equipamentos para ver se ocorre alguma mudança. Outro fator que elas analisam é a questão de verificar se o cliente está conectado no sistema, verificam o sinal da antena e se o cliente está com muito consumo de internet. Esses itens variam de acordo com a situação específica de cada cliente. Caso as atendedoras não consigam solucionar o problema elas abrem um protocolo no sistema da empresa.

Com o protocolo aberto, o mesmo é encaminhado para o setor de suporte NOC responsável por verificar o problema do cliente. O setor é formado por técnicos que analisam se é possível resolver o problema internamente. Dependendo da situação eles mesmos o resolvem remotamente, assim finalizando o protocolo que estava aberto. Caso isso não seja possível são os funcionários do setor NOC que destinam o protocolo a um técnico externo, para



que este se desloque até o cliente e solucione o seu problema. Finalizando dessa maneira os atendimentos.

O setor de suporte NOC citado acima é caracterizado segundo Matthiensen (2014) como: Centro de Operações de Rede, ou seja, local em que profissionais especializados estão monitorando todo e qualquer evento de TI, sendo que o principal objetivo em utilizar essa ferramenta é garantir a estabilidade de todos os ativos de TI. Fator de destaque desta ferramenta é que ela também pode executar scripts, fazendo com que em momentos de problemas nos ativos de TI, se tenha uma ação mais rápida para tentar estabilizar o problema o quanto antes.

Desta forma, esses profissionais do setor NOC tem um controle remoto da grande maioria dos ativos de TI da empresa. Dependendo da situação é possível que eles estejam solucionando ela a partir de acesso remoto a antenas ou equipamentos dos clientes, bem como, se o problema estiver nas torres, esses também o solucionam internamente quando forem questões de configuração.

Retornando ao aspecto de divulgação do serviço foram citados alguns itens pelo Supervisor Administrativo que são considerados extremamente importantes, e que deveriam constar nesta divulgação. Primeiramente o foco de oferecer esse serviço é destinado para momentos em que o cliente fica sem internet, ou quando ocorre algum problema nesse serviço.

Após identificado o foco do fornecimento deste serviço, seguiria um passo a passo de que medidas o próprio cliente poderá tomar antes de entrar em contato com a empresa. Sendo que estes passos se resumem em verificar se todos os cabos estão plugados nos locais corretos, bem como verificar se nenhum cabo está danificado.

Caso todos os cabos estejam em perfeitas condições visualmente, o segundo passo seria o cliente desconectar todos os equipamentos de energia, aguardar durante três minutos para ligá-los novamente, pois pode ocorrer uma queda de luz ou algum outro fenômeno que interfira no funcionamento dos equipamentos, que após serem reiniciados podem voltar a funcionar normalmente.

Outra dica que deveria constar no folheto, é que após o usuário ter realizado todos os outros passos e não ter obtido sucesso, pode ser colocado um cabo de rede diretamente do roteador para o computador ou notebook do cliente, assim sendo possível verificar se ainda possui conexão. Este processo também serve como uma alternativa de uso da internet até um técnico conseguir se deslocar ao local para verificar o que está ocorrendo.

Outro fator que a empresa acredita ser muito importante constar nesta divulgação do serviço e que traz uma maior transparência para os serviços prestados, é um passo a passo de como o cliente pode verificar se está recebendo o plano de internet contratado. Seriam os seguintes passos a serem descritos:

- a) O usuário deverá encerrar todos os processos em andamento, como os programas abertos, para que nenhum aplicativo ou programa esteja utilizando a banda da internet.
- b) O cliente deverá ter um cuidado especial com sistemas operacionais que contenham atualizações automáticas, pois muitas vezes o sistema automaticamente vai atualizando os programas instalados, como por exemplo o antivírus instalado, e essas atualizações podem estar utilizando banda constantemente.
- c) Outro fator que pode gerar algum tipo de interferência é a questão de utilização de rede wi-fi para realização do teste de velocidade da internet. Podem ser muitas as interferências que o sinal estará sofrendo até chegar ao dispositivo para realizar o teste. Um aspecto que também pode trazer interferência em redes wi-fi são as possíveis interferências eletromagnéticas.
- d) Conectar o notebook ou computador diretamente no equipamento de distribuição de internet, com um cabo de rede, para que nada possa gerar interferência.



- e) Caso a velocidade encontrada no teste for menor do que a velocidade contratada pelo cliente, é recomendado que o teste seja feito em horários diferentes, bem como, que se utilize pelo menos dois sites de testes diferentes.
- f) Alguns sites recomendados para a realização dos testes são: speedtest.net e simet.nic.br

Após o cliente seguir todos esses passos e não conseguir solucionar seu problema ou verificar que não está recebendo a internet contratada, estariam disponíveis no folheto os números no qual o cliente poderá estar entrando em contato com a equipe de atendimento ao cliente por meio de ligações telefônicas ou WhatsApp, sendo que o número de contato telefônico e WhatsApp a empresa já possui e já utiliza para o atendimento dos clientes. Como também constaria no folder os locais de atendimento da empresa, com o endereço completo e o telefone de cada loja, sendo que a empresa presta atendimentos na Matriz em Itapiranga como na filial em Iporã do Oeste. Também constaria no folder de divulgação, e-mails no qual o cliente poderia estar entrando em contato com a equipe de atendimento e financeiro da empresa.

4.2 ANÁLISE DA VIABILIDADE DE IMPLEMENTAÇÃO

Até o momento foram descritos todos os fatores abordados ao longo da entrevista com o Supervisor Administrativo, a partir de agora serão descritos todos os fatores analisados no funcionamento interno da empresa, bem como será tratado da viabilidade ou não de implementação do Help Desk. Primeiramente estarei tratando dos aspectos visualizados no decorrer do estágio, na empresa. Inicialmente tudo o que se analisou na empresa foi descrito claramente pelo Supervisor Administrativo, como citado nos parágrafos acima.

Percebeu-se o quanto a empresa tem uma preocupação com os clientes, para que todos sejam bem atendidos e que recebam o serviço contratado, pois sabem muito bem que uma empresa sem o apoio dos seus clientes não chega a lugar nenhum, e que são os seus clientes que determinam a sua qualidade bem como serão esses clientes que indiretamente estarão fazendo propaganda da empresa para seus conhecidos, e hoje tudo se baseia em redes de contatos.

Tratando-se dos fatores do Help Desk, observou-se que a empresa já possui uma organização interna que facilita muito essa implementação. Possuem atendentes que atendem os clientes via telefone e WhatsApp em casos de dúvidas, no qual as próprias atendentes buscam solucionar o problema destes clientes. Quando isso não é possível as atendentes abrem um protocolo descrevendo o problema do cliente. Após aberto o protocolo é o suporte NOC que avalia se é possível que eles solucionem o problema internamente ou se é necessário enviar um técnico até a residência do cliente, finalizando assim os atendimentos.

Observa-se que alguns aspectos ainda podem ser implementados internamente, e que podem facilitar nos momentos de verificação dos resultados desses serviços. Visualmente é possível verificar que os serviços são bons, mas em uma empresa se precisa ir muito além disso para analisar se um serviço oferecido está trazendo os resultados esperados. Deve-se verificar se ainda é possível que aja melhoria e mudança para agradar e melhorar o atendimento aos clientes.

Neste contexto seria indicado que a empresa pudesse estar controlando alguns fatores, como por exemplo: toda vez que um cliente liga solicitando auxílio, que esse atendimento fosse registrado e que neste registro constasse se o problema foi solucionado pela primeira pessoa que o atendeu, no caso as atendentes, se foi solucionado pelo suporte NOC ou se foi solucionado com uma visita técnica. Também poderia ser registrado se o cliente, com apenas uma ligação, já teve o seu problema solucionado ou se ele teve que ligar inúmeras vezes para solucionar o mesmo problema. Todos esses fatores poderiam ser registrados juntamente ao protocolo de atendimento do cliente, que é um software que a empresa já tem implementado.



Esses fatores levantados dos atendimentos, podem vir a ser muito úteis em momentos de reunião e análise do andamento do serviço oferecido aos clientes, como podem ser um parâmetro para as melhorias a serem feitas nesses atendimentos. Claro que não é possível determinar que por exemplo 30% dos clientes devem ter seus problemas solucionados durante a ligação e atendimento com as atendentes, pois os problemas encontrados podem ser os mais variados. Mas sim a partir dessa análise é possível perceber se esse atendimento está trazendo fatores positivos a empresa.

Visualizou-se que a empresa ainda não possui nenhuma forma de divulgação desse serviço prestado, sendo que muitos clientes utilizam esse serviço, mas uma grande parcela não sabe da existência dele, chegando assim a um aspecto de extrema importância, que é a divulgação deste serviço. Sugere-se para a realização da divulgação desses serviços a utilização de duas principais formas:

O próprio site da empresa, que não teria que ter investimento nenhum, pois a empresa já possui o seu site, seria somente o tempo de montar o folder de divulgação e colocar no site a disposição de todos os clientes.

Como também seriam feitos panfletos no qual constariam as mesmas informações que estão no site da empresa, a questão dos panfletos vem a auxiliar os clientes quando estiverem sem acesso à internet para entrarem no site da empresa e verificar o que poderão fazer, pois os panfletos seriam entregues a cada cliente no momento de instalação da internet ou telefonia. Os panfletos teriam um investimento de R\$ 525,00 a cada 1000 unidades, conforme ilustrado na imagem a seguir:

Figura 1 - Orçamento realizado no site da gráfica Ingral.

PANFLETO

A partir de R\$ 175

Para orçamentos personalizados entre em contato conosco pelo e-mail orcamento@ingral.com.br.

Formato 15 x 21 cm ▼

Papel Couchê 90 g/m² ▼

Impressão 4x0 cores - impressão colorida frente ▼

Quantidade 1.000 pcs ▼
[Limpar](#)

Prazo de produção: 2 dias úteis após recebimento da arte.

Preço unitário: R\$ 0,53

R\$ 525

COMPRAR

REF: 066291.04 Categorias [Eventos](#), [Institucional](#)

Fonte: INGRAL (2017).



Nesta divulgação constariam os fatores abordados como essenciais pelo Supervisor Administrativo no decorrer da entrevista, que já foram descritos acima. Como quais as medidas que o próprio cliente pode tomar em sua casa para verificar se não é um mau contato, ou apenas questão de reiniciar os equipamentos antes de ligar e pedir atendimento, bem como constariam os meios de contato com a empresa, o horário de atendimento, e a localização física da empresa caso alguém prefira passar pessoalmente.

De forma geral a implementação do Help Desk será bastante viável, pelo fato da empresa já está com um atendimento a seus clientes, sendo necessária somente a divulgação do serviço a todos os clientes. Como buscar implementar uma forma de ter uma análise de como está ocorrendo esse atendimento, para conseguir identificar quais seriam as possíveis mudanças no decorrer do tempo. Sendo que ao analisar todo o contexto, o Help Desk estará agregando fatores positivos a empresa, bem como aos seus clientes. Para a empresa, o benefício será que poderá reduzir o número de deslocamentos de técnicos, pois são inúmeros as situações que poderiam ser resolvidas internamente. E para o cliente o benefício é que estará com um atendimento rápido e personalizado, muitas vezes podendo solucionar momentaneamente o problema encontrado.

5 CONCLUSÕES E CONSIDERAÇÕES FINAIS

Levando em conta todo o contexto observado sobre o Help Desk e a realidade da empresa Informática Itapiranga LTDA EPP, percebeu-se que a empresa possui todas as condições para estar implementando o serviço de Help Desk, pelos seguintes fatores: primeiramente a empresa visa pelo bom atendimento dos clientes, sendo que não mede esforços para o melhoramento deste atendimento. Em um segundo momento percebeu-se que o serviços de atendimento ao cliente já existe na empresa, onde o cliente ao ligar para a empresa com algum problema há uma equipe interna pronta para atendê-lo e buscar solucionar o problema remotamente. Somente se esse processo não funcionar será deslocado um técnico ao local.

Sendo que neste contexto, para efetivar a implantação do Help Desk na empresa teriam alguns aspectos que poderiam ser implementados na realização dos serviços, o primeiro aspecto neste contexto é a divulgação deste serviço a todos os clientes, sendo que ela estaria ocorrendo no site da empresa, bem como poderiam ser distribuídos panfletos aos clientes no momento de instalação ou manutenção na casa do cliente. Outro aspecto extremamente importante é o controle desse serviço oferecido, onde a cada cliente que liga a empresa solicitando auxílio, seja anexado junto ao protocolo, qual setor solucionou o problema e de que forma foi possível solucionar o problema. Como também poderia constar se o cliente teve seu problema solucionado no primeiro contato, ou se foi necessário retornar o ligação diversas vezes. Todos esses aspectos citados serão extremamente importante no momento de analisar como anda o serviço de Help Desk, como também poderão ser vistas quais as mudanças que ainda devem ocorrer nos serviço para melhorá-lo.

Desta forma conclui-se que a implementação do Help Desk é viável na empresa, sendo que são necessárias apenas algumas alterações e implementações citadas acima, para melhorar ainda mais esse serviço, a partir de divulgações do mesmo bem como o controle do atendimento que é realizado para utilização em futuros melhoramentos no atendimento.

6 REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, Alfram Roberto Rodrigues de. **Um modelo de automação do planejamento da qualidade com a utilização de sistemas de Help-Desk.** 2000. 152 f.



Dissertação (Mestrado) - Curso de Informática, Universidade Federal da Paraíba, Campina Grande/paraíba, 2000.

COHEN, Roberto. **Implantação de Help Desk e Service Desk:** Como construir e manter pequenos e médios centros de suporte técnico, Help Desk e Service Desk. São Paulo: Novatec, 2008.

D'ANGELO, Pedro. **Pesquisa quantitativa e pesquisa qualitativa: qual a diferença?** 2016. Disponível em: <<http://blog.opinionbox.com/pesquisa-quantitativa-e-pesquisa-qualitativa-qual-a-diferenca/>>. Acesso em: 09 out. 2017.

FOINA, Paulo Rogério. **Tecnologia de Informação:** Planejamento e Gestão. 2. ed. São Paulo: Atlas S.a., 2012. 339 p.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social.** 5. ed. São Paulo: Atlas S.a., 1999. 206 p.

INGRAL, Gráfica. **Gráfica Ingral:** Orçamento de Panfletos Personalizados. Disponível em: <<http://www.ingral.com.br/produto/panfleto/>>. Acesso em: 31 out. 2017.

KAPLAN, Robert S.; NORTON, David P.. **Organização Orientada para a Estratégia:** Como as empresas que adotam o Balanced Scorecard prosperam no ambiente de negócios. 12. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

MACÊDO, Ivanildo Izaias de et al. **Aspectos comportamentais da gestão de pessoas:** Série Gestão Empresarial. 9. ed. Rio de Janeiro: Fgv, 2007.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica.** 7. ed. São Paulo: Atlas S.a., 2017. 297 p.

MATTHIENSEN, Daniel. **O que é NOC e quais vantagens eu tenho ao implantar em minha empresa?** 2014. Profissionais TI PTI - Pra quem respira informação. Disponível em: <<https://www.profissionaisiti.com.br/2014/08/o-que-e-noc-e-quais-vantagens-eu-tenho-ao-implantar-em-minha-empresa/>>. Acesso em: 09 ago. 2017.

QUEIROZ, Angélica Eulália Fernandes Spirandelli de. **Gestão de custos integrada à satisfação do cliente.** 2004. 143 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2004.

O'BRIEN, James A. **Sistemas de Informação:** E as decisões gerenciais na era da internet. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2010. 431 p.

REZENDE, Denis Alcides; ABREU, Aline França de. **Tecnologia da Informação Aplicada a Sistemas de Informação Empresariais:** O Papel Estratégico da Informação e dos Sistemas de Informação nas Empresas. 8. ed. São Paulo: Editora Atlas S.a., 2011. 335 p.

STADLER, Adriano et al. **Gestão de processos com suporte em tecnologia da informação:** Gestão Empresarial. Curitiba: Intersaberes, 2013. 153 p. Disponível em: <<http://faifaculdades.bv3.digitalpages.com.br/users/publications/9788582127780/pages/5>>. Acesso em: 06 set. 2017.



STATDLOBER, Juliano. **HELP-DESK e SAC com qualidade:** Inclui conceitos e referências sobre ISO 9001:2000, ISO 10002:2004, ITIL, BS15000, COBIT, Sarbanes Oxley e critérios de excelência FPNQ. Rio de Janeiro: Brasport Livros e Multimídia Ltda, 2006.