

# DIAGNÓSTICO DE VENDAS EM UMA CONFECÇÃO DE MODA MASCULINA

Warllen Narducci Sobrinho<sup>1</sup>

Badran Awad Odeh<sup>2</sup>

## RESUMO

Diagnosticar ações de vendas em uma confecção de moda masculina levantando dados e informações suficientes para elaboração de ações que possam alavancar as vendas da empresa. Inicialmente foi feita a pesquisa documental, dados como área de atuação, quantidade de clientes existentes na carteira; metas de produção foram disponibilizadas e utilizadas para que a pesquisa quantitativa fosse elaborada e aplicada aos 40 clientes cadastrados na carteira. Tal pesquisa foi elaborada em blocos onde o objetivo é evidenciar as características dos clientes, nível de atendimento prestado e qualidade dos produtos oferecidos. A aplicação da pesquisa foi efetuada com 37 clientes e após, os dados foram tabulados, analisados e apresentados, questão por questão do questionário, chegando-se à conclusão de que:

- a empresa possui altos índices de aprovação no atendimento e na qualidade dos produtos comercializados
- para haver melhoria nas vendas, o número de representantes deve ser aumentado, pois de acordo com dados levantados a carteira atual de clientes corresponde a 50% da meta.
- áreas de grande potencial comercial devem ser mais exploradas, locais como Taguatinga e Cinelândia possuem grandes centros de comércio de vestuário, o que possibilita a prospecção de novos clientes acarretando aumento das vendas, melhorando os indicadores da empresa.
- um futuro estudo sobre a qualidade dos produtos do concorrente seja realizado, pois não existem dados para efeito de comparação em relação a esses concorrentes, um levantamento de dados sobre esse aspecto possibilita melhorias contínuas para a empresa.

**Palavras chaves:** Diagnóstico; Vendas; Pesquisa; Análise; Resultado.

---

<sup>1</sup> Aluno do Curso de Administração da Faculdade Católica de Anápolis

<sup>2</sup> Administrador de Empresas e Professor da Faculdade Católica de Anápolis