

## CLASSIFICAÇÃO DE CLIENTES EM RELAÇÃO ÀS SUAS NECESSIDADES PRIORITÁRIAS

Caio Augusto Nunes Marques<sup>1</sup>, José Ivo Ribeiro Júnior<sup>1</sup>,  
Marcos Fernandes de Castro Rodrigues<sup>2</sup>

### RESUMO

Para o sucesso de qualquer empreendimento é vital que se conheça o perfil dos clientes, seus desejos e suas expectativas com relação aos produtos e/ou serviços oferecidos. Para o projeto de um novo serviço o conhecimento das chamadas necessidades dos clientes, permite uma elaboração mais condizente com aquilo que seus usuários esperam. No trabalho desenvolvido, foram avaliadas 10 variáveis respostas por meio de questionários eletrônicos aplicados a uma amostra de 82 possíveis clientes do serviço de quarentena vegetal. Cada cliente avaliou as 10 variáveis, em uma escala qualitativa ordinal de 1 a 5. Em geral esses dados são tratados de forma conjunta, no entanto decidiu-se avaliar a classificação dos clientes em diferentes grupos. Neste caso, o objetivo foi avaliar se as necessidades prioritárias para o grupo 1 (pesquisadores) eram as mesmas do grupo 2 (empresas). Realizou-se, então, por meio do software Minitab 16<sup>©</sup>, uma análise de discriminante, que apresentou acurácia de 87,8%. Em cada grupo a proporção de acertos foi igual a 87,7% e 88,9%, respectivamente. Isso significa que, de fato, os grupos de clientes priorizam diferentes necessidades quanto ao serviço em questão. Logo, pode-se projetar serviços especializados para cada grupo de cliente, de modo a melhor atendê-los.

**Palavras-chave:** *Análise de discriminante, Análise de agrupamento, Necessidades dos clientes.*

---

<sup>1</sup>DET - Universidade Federal de Viçosa, caio.marques@ufv.br, jivo@iufv.br

<sup>2</sup>CENTEV - Universidade Federal de Viçosa, marcfc@ yahoo.com.br