

CRM

Customer Relationship Management

Estratégias e soluções eficazes

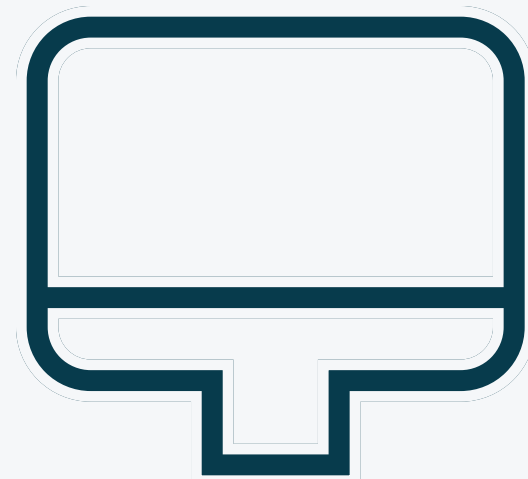
Introdução

O CRM auxilia a construir negócios e a manter as relações com os clientes, criando fidelidade e retenção. A fidelidade está estritamente ligada ao lucro e sucesso do negócio.

Customer Relationship Management (CRM)

Conjunto de estratégias, atividades e tecnologias utilizadas pelas empresas para gerir e otimizar as interações com os atuais e potenciais clientes.





ERP

Contabilidade
Encomendas
Produção
Logística
Inventário
Compras



CRM

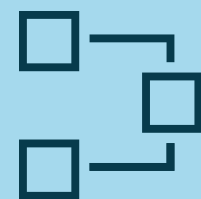
Gestão de contatos
Análise e relatórios
Automação das vendas
Apoio ao cliente
Marketing
Integrações e API

Tipos de CRM



Analítico

*Gestão do funil de vendas.
Análises e relatórios.
Alertas e eventos.
Desempenho das vendas.*



Relacional

*Gestão de leads.
Formulários e landing pages.
Campanhas de marketing.
Automatização.*



Colaborativo

*Histórico de comunicação.
Dados de comunicação.
Contexto e experiência.
O cliente é o “rei”.*

Ao integrar um CRM pela primeira vez é necessário selecionar o tipo que será mais importante **para a empresa**. Mas, **um CRM que integre todos os 3 tipos, será o mais eficiente a longo prazo, uma vez que as necessidades das empresas mudam ao longo do tempo.**

Principais vantagens do CRM

1. Aprendizagem

O CRM ajuda as empresas a aprender sobre seus clientes: quem são, porque compram, histórico e tendências, etc... Isto permite obter uma vantagem estratégica e a selecionar os destinatários corretos para promoções e novos produtos.

2. Organização

Fomenta a eficiência ao organizar e automatizar processos, campanhas, análises e dados de clientes. Permite que as empresas organizem os seus processos em dados mais simples e fáceis de entender.

3. Otimização

Permite que as empresas otimizem as interações com os clientes e aumentem a satisfação geral, através da simplificação e agilização dos processos mais complexos.

72%

dos utilizadores de CRM preferem a simplicidade de utilização às funcionalidades.

Fonte: [ThriveMyWay](#)

72% prefere simplicidade à funcionalidade

51% diz que o maior problema é a sincronização de dados

As empresas apenas utilizam 50% das funcionalidades CRM pelas quais pagaram

43% dos utilizadores usam menos de metade das funcionalidades CRM disponibilizadas

Alguns exemplos de módulos de CRM

Gestão de contatos

Gestão de leads, contatos, clientes e possíveis clientes. Organização simples e intuitiva. Classificação.

Análise e relatórios

Os relatórios e análise fornecem dados que permitem concentrar os esforços de vendas e marketing e maximizar o lucro.

Automação das vendas

Acompanhamento de leads, gestão do funil de vendas, gestão das interações, aumento da base de clientes, estruturação dos processos, automação e IA.

Apoio ao cliente

Gestão e priorização de tickets de pedidos de apoio, chat de apoio ao cliente, suporte ao cliente através do telefone.

Marketing

Recolha de dados. Campanhas de marketing direcionadas. Visualização dos dados de marketing.

Integrações e API

É importante que o CRM esteja preparado para o futuro e suporte integrações com outros sistemas: internos e externos.

Conclusão

O CRM, se utilizado regularmente, ajuda as empresas a crescer. As suas **funcionalidades deverão ser adaptadas a cada organização.**

O resultado será um ROI otimizado, maior produtividade e um **crescimento na margem de lucro.**