**ALUNO:** Antony Fernando Ribas Rocha Silva

**PROFESSOR:** Dimas Ozanam Calheiros

**GRADUAÇÃO:** Tecnologia em Analise e Desenvolvimento de Sistemas

1° Semestre 2022

**Análise do Customer Relationship Management**

Um sistema Customer Relationship Management (CRM) são aplicativos de informação desenvolvidos com o objetivo de auxiliar na gestão do relacionamento com o cliente. Foi dado esse nome por a gestão desde o relacionamento, e de sistema CRM aos sistemas empregados para a gestão desde o relacionamento.

Esse sistema ajuda a identificar oportunidades por centralizar os dados obtidos durante a interação com o público. Assim, ele otimiza vendas e aumenta o faturamento. Ele também analisa reclamações recebidas de clientes e integra processos de diversos setores. Tem a possibilidade de apresentar canais de venda para atrair o cliente.

O Customer Relationship Management funciona como um banco de dados, no qual são armazenadas informações relevantes sobre as características comportamentais dos clientes ao longo do relacionamento deles com a marca. Essas informações são utilizadas para definir estratégias mais assertivas de marketing, vendas e atendimento.

O CRM tem suas vantagens como a melhora do relacionamento com os clientes, identifica melhores oportunidades, tem sua praticidade no armazenamento de informações, planejamento e gestão de tempo, foco no cliente e no processo de vendas e permite o acompanhamento de resultados. Mas também tem suas desvantagens como a manutenção constante, dificuldade de trabalhar porque requer muito treinamento e a desumanização por muitos processos da GRC requerem interferência humana e não respostas mecanizadas.