

Sistemas de CRM

Customer Relationship Management (Gerenciamento do Relacionamento com o Cliente)



Afinal, O que é CRM?

- Significa estabelecer relacionamentos com os clientes de forma mais individualizada possível e depois usar as informações coletadas para tratar clientes diferentes de maneiras diferentes...

Os sistemas de CRM procuram, de uma forma geral, auxiliar nesta tarefa.

Complicando um pouco a definição: CRM é...

- Uma combinação de processos de negócios e tecnologia, que busca entender os clientes das empresas mediante várias perspectivas: quem são eles, o que eles fazem, do que eles gostam;
- Os sistemas de CRM procuram registrar todos os contatos do cliente através dos canais de comunicação com a empresa (como telefone, Internet, etc.) para posteriormente utilizar esta informação no desenvolvimento de ações para melhorar o relacionamento do cliente.

Por que estudar CRM?

- Porque muitos apontam como uma grande tendência mundial...
 - O maior investimento de SI pós-ERP.
- Na prática, hoje em dia estão ocorrendo muitas implementações de módulos de CRM para Call Centers, para citar um exemplo.

Adquirindo novos clientes...

- Adquirindo novos cliente (diferenciação: inovação e conveniência)
 - Imagine um consumidor em potencial procurando por determinado produto na Internet; ele preenche um formulário. Após alguns minutos, seu telefone toca e o atendente da empresa lhe passa informações sobre o produto de interesse, podendo até fazer uma demonstração on-line.

Aprimorando relacionamentos existentes...

- Aprimorando relacionamentos existentes (agilizar: reduzir custos e serviços)
 - Buscar a satisfação dos clientes oferecendo soluções efetivas para seus problemas. Buscar excelência em cross-selling e up-selling, em customização e personalização.

Cross-selling e Up-selling? O que é isso?

➤ **Up-sell**

venda de atualizações, complementos ou aperfeiçoamentos de um determinado produto ou serviço.

➤ **Cross-sell**

venda de mercadorias e serviços relacionados entre si.

Objetivo: aumentar a lucratividade por cliente

Processos de CRM

- Exemplo de Cross-selling: em um banco, quando houver um grande depósito, o gatilho acionará uma pessoa de vendas para ligar ao cliente e perguntar se ele estaria interessado em opções de investimento.

Processos de CRM

- Exemplo de Cross-selling: quando um cliente se aproxima da aposentadoria, os bancos podem recomendar ativos como anuidades, mercados financeiros, bônus e ações.
 - Para clientes com crianças, se poderia oferecer planos de poupança para educação.

Qual é a diferença entre personalização e customização?

➤ **Customização**

- O usuário configura seu produto conforme quer
- Em CE pode ser quando o usuário especifica suas próprias preferências dentro do site

➤ **Personalização**

- A empresa configura o produto conforme acredita que o usuário queira
- Em CE podem ser as modificações nos websites feitos pela empresa a partir de dados analisados do cliente

Preservando relacionamento com o cliente...

- Preservando relacionamentos com o cliente (adaptabilidade: ouvir, novos produtos)
 - segmentar os clientes por valor e por necessidade para oferecer um programa de lealdade customizada
 - prever atritos através de dados demográficos e históricos do cliente

Processos de CRM

- Marketing direto: a meta é fornecer informações para os clientes de forma rápida, fácil e eficiente. O tempo de resposta é crítico, seja para perguntas sobre produtos, serviços, pelo correio ou pela web, orçamentos, preços, pedidos de folhetos, etc.

Processos de CRM

- Gerenciamento de retenção: oferta de produtos e serviços para buscar a lealdade do cliente. Baseia-se no histórico de contas e transações para reconhecer clientes lucrativos.

No Trabalho ... (8)

CRM – Customer Relationship Management:

Para este item descreva ou proponha um CRM ideal para a empresa.

A Instituição de Ensino envia felicitações de aniversário para todos seus alunos e colaboradores no mês da data de nascimento deles.