

Tarefa de Sistemas de Informações gerenciais;

Plano de Melhoria – TechMais (CRM e SCM)

1. Identificação dos Problemas

CRM (Customer Relationship Management – Gestão de Clientes):

- Baixa fidelização dos clientes: clientes compram uma vez e não retornam.
- Atendimento reativo (empresa só responde quando há reclamações).
- Falta de personalização na comunicação (não conhece bem o perfil de cada cliente).
- Custo elevado de aquisição de clientes (CAC), pois não há aproveitamento da base existente.

SCM (Supply Chain Management – Cadeia de Suprimentos e Logística):

- Atrasos na entrega, gerando insatisfação.
- Estoque desorganizado: falta de produtos mais demandados e excesso de itens de baixa saída.
- Falta de integração entre vendas e logística, dificultando previsões de demanda.
- Custos logísticos altos devido a ineficiências no processo.

2. Plano de Funcionalidades de Software CRM + SCM

Funcionalidades CRM:

- Gestão de histórico do cliente (compras, reclamações, preferências).
- Automação de marketing (e-mails personalizados, promoções baseadas no comportamento).
- Programa de fidelidade digital (pontos, descontos progressivos).
- Atendimento omnichannel (chat, WhatsApp, e-mail integrados).
- Análise de churn (clientes que deixaram de comprar e ações de recuperação).

Funcionalidades SCM:

- Gestão de estoque em tempo real (alertas de produtos em baixa ou excesso).
- Previsão de demanda com base em histórico de vendas e sazonalidade.
- Rastreamento de pedidos (visibilidade para empresa e cliente).
- Gestão de fornecedores (avaliação de prazos e qualidade).
- Integração logística com transportadoras (status automático das entregas).

Integração CRM + SCM:

- Venda → Estoque: CRM informa ao SCM os pedidos confirmados, evitando vendas sem estoque.
- Demanda → Produção/Compra: dados de preferências de clientes ajudam SCM a prever demanda.
- Entrega → Satisfação: atrasos logísticos aparecem no CRM, permitindo contato proativo com cliente.
- Campanhas → Estoque: CRM só promove produtos que o SCM confirma que têm disponibilidade.

3. Métricas (KPIs) Relevantes

KPIs de CRM:

- NPS (Net Promoter Score) – mede satisfação e fidelidade.
- Taxa de retenção de clientes.
- Lifetime Value (LTV) – valor total gasto por cliente ao longo do tempo.
- Taxa de recompra.
- CAC (Custo de Aquisição de Cliente).

KPIs de SCM:

- OTD (On-Time Delivery) – percentual de pedidos entregues no prazo.
- Fill Rate – percentual de pedidos atendidos sem falta de estoque.
- Giro de estoque (velocidade de renovação dos produtos).

- Lead time médio (tempo do pedido até a entrega).
- Custo logístico por pedido.

4. Como as Funcionalidades Ajudam

CRM – Fidelização e Atendimento

- Atendimento personalizado reduz frustração.
- Campanhas segmentadas estimulam recompra.
- Programa de fidelidade cria vínculo e reduz churn.
- Histórico de reclamações permite atendimento proativo.

SCM – Redução de Atrasos e Organização de Estoque

- Estoque em tempo real evita ruptura (falta de produto).
- Previsão de demanda reduz excesso de itens encalhados.
- Rastreamento melhora transparência e confiança do cliente.
- Integração com fornecedores encurta prazos.

Integração CRM + SCM – Vantagem Competitiva

- Campanhas de marketing alinhadas ao estoque (promoções inteligentes).
- Redução de custos com aquisição de novos clientes – aproveitamento de base fiel.
- Melhor experiência do cliente (transparência, agilidade, personalização).
- Empresa se torna mais eficiente e confiável, gerando diferenciação no mercado.

Aluno: Cauan Gabriel Dos Santos Do Prado.
CJ3030016