

Planejando CRM e SCM

A empresa fictícia TechMais vende notebooks e acessórios online. Ela enfrenta alguns desafios:

- Reclamações de atrasos na entrega.
- Dificuldades em manter a fidelidade dos clientes.
- Custos elevados na aquisição de novos clientes.
- Estoque desorganizado, com falta de produtos mais procurados e excesso de itens de baixa saída.

A direção da empresa contratou você como consultor para propor soluções de melhoria usando CRM e SCM.

Você deve identificar:

- Problemas relacionados ao CRM (gestão de clientes).
- Problemas relacionados ao SCM (cadeia de suprimentos e logística).

Problemas relacionados ao CRM: Manter a fidelidade do cliente, Custo elevado para aquisição de novos clientes.

Problemas relacionados ao SCM: Atrasos na entrega, Desorganização no estoque (com falta de produtos mais procurados e excesso de itens com baixa saída/demanda).

Crie um plano de funcionalidade de um software de CRM e SCM, escolham métricas KPIs uteis para o contexto e expliquem:

- Como essas funcionalidade de CRM poderia ajudar a melhorar a fidelização e o atendimento?

NPS (Net Promoter Score) - usado para medir a fidelização do cliente, junto com a probabilidade de indicar a empresa para outras pessoas, por exemplo, fazendo perguntas para obter feedback do usuário sobre a sua satisfação com empresa.

CES (Customer Effort Score) - Usado para medir o esforço necessário para que o cliente consiga utilizar o serviço da empresa.

SLA de Atendimento (Service Level Agreement) - Usado para definir o tempo máximo para que o cliente receba uma resposta ou resolução de chamadas

CRM: Automação de marketing (e-mails, mensagens). Programa de fidelidade. Atendimento por vários canais (WhatsApp, e-mail, redes sociais).

SCM: Controle automático de estoque. Previsão de vendas e demanda. Alertas de falta ou excesso de produtos.

- Como essas funcionalidade de SCM poderia ajudar a reduzir atrasos e organizar o estoque?

Como essas funcionalidade de SCM poderia ajudar a reduzir atrasos e organizar o estoque?

CRM: Taxa de fidelização. Custo de aquisição de clientes. Valor do cliente ao longo do tempo (LTV). Satisfação do cliente (NPS). Taxa de recompra

SCM: Entregas no prazo. Faltas e excessos no estoque. Giro de estoque. Tempo de reposição. Custo de logística.

- Como integrações entre CRM e SCM podem gerar vantagem competitiva?

Sim, principalmente em:

- * Previsão mais precisa da demanda com base em comportamento do cliente: menos produtos parados e mais itens desejados disponíveis.
- * Atendimento com visibilidade do status do pedido: reduz insatisfação e melhora a experiência.
- * Campanhas baseadas no estoque disponível: evita promover produtos em falta e melhora conversão.
- * Alinhamento entre marketing, vendas e logística: operações mais eficientes, menor custo e maior lucro.
- * Feedback de clientes impacta diretamente a cadeia : produtos mal avaliados podem ter reposição pausada ou ajustada.