

Customer Relationship Management – CRM

Yago Elias Alves Silva

Universidade Estadual Vale do Acaraú – UVA

Graduação em Ciências da Computação – Bacharelado – GCCB

Disciplina: Tecnologia da Informação

Professor: Márcio de Vasconcelos Rocha

O que é Customer Relationship Management – CRM?

Customer Relationship Management (CRM) conhecido em português como Gestão de Relacionamento com o Cliente, como próprio nome é sugestivo é um conjunto de técnicas que aproxima a relação entre empresa e cliente. E isso se dá pelo gerenciamento e análise das interações do cliente, gerenciando toda as etapas de uma venda para que nada deixe de ser cumprido e satisfaça o cliente. O CRM vai além de das interações, está a seu comando a gestão de vendas, marketing, atendimento e qualquer outra relação envolvida com o cliente. Na era moderna a experiência do cliente é de grande interesse da empresa, pois lhe proporcionará outras oportunidades de negócios, já que a mesma detém de informações acerca do cliente com as experiências anteriores.

Qual a importância do CRM?

O CRM fornece mais agilidade na obtenção de informações de uma determinada venda de cliente, o que seria lento comparado a soluções de cunho manual. Com uma plataforma é possível dispor em tempo todo o que a empresa precisa para consultar qualquer informação e assim poder oferecer uma melhor experiência ao seu cliente.