Fichamento

Suely Pereda Bernardi

GERENCIAMENTO DO RELACIONAMENTO

COM O CLIENTE (CRM): proposição de metodologia para avaliação do

CRM aplicado às pequenas empresas.

Manter o cliente

Administrar bem a segurança e o tratamento justo é evitar sua violação, mas na prestação de serviços atender também a terceira necessidade básica implica em aumentar a auto-estima do cliente e provocar o encantamento (SCHINEIDER, 2000).

**Diante de um bom relacionamento a importância do cliente vem através de seus produtos e serviços provocando seu encantamento e mantendo sua auto-estima junto à empresa. (SCHINEIDER, 2000).**

SCHNEIDER, B.; BOWEN, D.E.; **O modelo das necessidades:** HSM. São Paulo,

Ano 4, n° 23, novembro-dezembro de 2000. p. 64-72.

Suely Pereda Bernardi

GERENCIAMENTO DO RELACIONAMENTO

COM O CLIENTE (CRM): proposição de metodologia para avaliação do

CRM aplicado às pequenas empresas.

Reduzir Despesas

Grandes Benefícios

O aumento de receitas e satisfação do cliente através da elaboração de produtos mais convenientes e serviços customizados, bem como a diminuição de custos em virtude dos esforços e verbas serem melhor direcionados, podem ser apontados como grandes benefícios relacionados à utilização do CRM (PIZZINATTO et Al., 2005).

Segundo Pizzinatto et al (2005) gastos mais bem direcionados, apontam como grande virtude para custos diminuídos com elaboração de produtos e serviços satisfatório para o cliente no uso do CRM e conseqüentemente a ampliação de receitas para empresa..

PIZZINATTO, N. K. (Org.). **Marketing Focado na Cadeia de Clientes.** São Paulo:

Atlas, 2005. P. 214