

# CRM

## Customer Relationship Management

Estratégias e soluções eficazes

# Introdução

O CRM auxilia a construir negócios e a manter as relações com os clientes, criando fidelidade e retenção. A fidelidade está estritamente ligada ao lucro e sucesso do negócio.

## Customer Relationship Management (CRM)

Conjunto de estratégias, atividades e tecnologias utilizadas pelas empresas para gerir e otimizar as interações com os atuais e potenciais clientes.





## ERP

Contabilidade  
Encomendas  
Produção  
Logística  
Inventário  
Compras



## CRM

Gestão de contatos  
Análise e relatórios  
Automação das vendas  
Apoio ao cliente  
Marketing  
Integrações e API

## Tipos de CRM



### Analítico

*Gestão do funil de vendas.  
Análises e relatórios.  
Alertas e eventos.  
Desempenho das vendas.*



### Relacional

*Gestão de leads.  
Formulários e landing pages.  
Campanhas de marketing.  
Automatização.*



### Colaborativo

*Histórico de comunicação.  
Dados de comunicação.  
Contexto e experiência.  
O cliente é o “rei”.*

Ao integrar um CRM pela primeira vez é necessário selecionar o tipo que será mais importante **para a empresa**. Mas, **um CRM que integre todos os 3 tipos, será o mais eficiente a longo prazo, uma vez que as necessidades das empresas mudam ao longo do tempo.**

# Principais vantagens do CRM

## 1. Aprendizagem

O CRM ajuda as empresas a aprender sobre seus clientes: quem são, porque compram, histórico e tendências, etc... Isto permite obter uma vantagem estratégica e a selecionar os destinatários corretos para promoções e novos produtos.

## 2. Organização

Fomenta a eficiência ao organizar e automatizar processos, campanhas, análises e dados de clientes. Permite que as empresas organizem os seus processos em dados mais simples e fáceis de entender.

## 3. Otimização

Permite que as empresas otimizem as interações com os clientes e aumentem a satisfação geral, através da simplificação e agilização dos processos mais complexos.

# 72%

dos utilizadores de CRM preferem a simplicidade de utilização às funcionalidades.

Fonte: [ThriveMyWay](#)

72% prefere simplicidade à funcionalidade

51% diz que o maior problema é a sincronização de dados

As empresas apenas utilizam 50% das funcionalidades CRM pelas quais pagaram

43% dos utilizadores usam menos de metade das funcionalidades CRM disponibilizadas

## Alguns exemplos de módulos de CRM

### Gestão de contatos

*Gestão de leads, contatos, clientes e possíveis clientes. Organização simples e intuitiva. Classificação.*

### Análise e relatórios

*Os relatórios e análise fornecem dados que permitem concentrar os esforços de vendas e marketing e maximizar o lucro.*

### Automação das vendas

*Acompanhamento de leads, gestão do funil de vendas, gestão das interações, aumento da base de clientes, estruturação dos processos, automação e IA.*

### Apoio ao cliente

*Gestão e priorização de tickets de pedidos de apoio, chat de apoio ao cliente, suporte ao cliente através do telefone.*

### Marketing

*Recolha de dados. Campanhas de marketing direcionadas. Visualização dos dados de marketing.*

### Integrações e API

*É importante que o CRM esteja preparado para o futuro e suporte integrações com outros sistemas: internos e externos.*

## Conclusão

O CRM, se utilizado regularmente, ajuda as empresas a crescer. As suas **funcionalidades deverão ser adaptadas a cada organização.**

O resultado será um ROI otimizado, maior produtividade e um **crescimento na margem de lucro.**