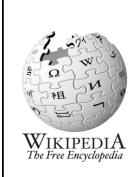


Gerenciamento
do
Relacionamento
com o Cliente



É uma abordagem na Base de Dados que coloca o **Cliente no centro** dos processos do negócio.



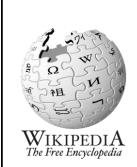
Análise que visa perceber e antecipar as **necessidades** dos clientes atuais e potenciais.



É uma **estratégia** de negócio.



Posteriormente se consubstancia em **Soluções Tecnológicas**.



Sistema integrado
de **gestão** com foco
no **cliente**,
constituído por um
conjunto de **processos**organizados num **modelo** de gestão de
negócios.



Sistemas CRM são os softwares que auxiliam e apoiam esta gestão.

Fidelizar Clientes

Aumentar Receitas

Reduzir Custos



"Muitas vezes, as **pessoas não sabem** o que elas querem até você mostrar a elas."

Steve Jobs 1955-2011

O que pensam nossos Clientes?

Devemos sempre ouvi-los?

O que procuram?

Realmente sabem o que querem?

Quais as suas expectativas?

Analistas das áreas da **Gestão** e da **Tecnologia da Informação** afirmam que o **CRM** é imprescindível para o sucesso empresarial.

O que pensam nossos Clientes?

Você considera o uso de Substituições Aceitáveis?

Registro do Relacionamento

Análise dos Dados

Tomada de Decisão

O **CRM** te ajuda a tomar decisões

Necessidade de **fidelizar** o cliente

Mercado cada vez mais **exigente e competitivo.**

Definindo CRM

"Uma estratégia de negócios para conquistar e reter os seus clientes mais valiosos"

Bob Thompson Fundador CRM Guru

"Registre todas as informações sobre seus **Melhores Clientes**"

" Tire leite das vacas leiteiras o maior tempo possível..."

" Isso fará com que elas sempre sintam-se melhores fazendo negócios com você do que com seus concorrentes."

CRM e Retenção

CRM não significa Prospect Relationship Management

CRM tem a ver com seus
Atuais Clientes

Quando o **CRM** começa a dar resultados

Relação **GANHA-GANHA**

Benefícios para o Cliente

Acesso a informações de melhor qualidade

Facilidade de compra

Facilidade de comunicação com a empresa

Economia de tempo e dinheiro

Eliminação de solicitações de

dados redundantes

Qual o seu nome? Número do Cartão? Vouestar transferindo para o setor responsável... Qual o seu nome? Número do Cartão?

Marketing One to One

Cliente com GPS

Informação Certa

Identificação do **Cliente**



Ofertas Relevantes

O comportamento dos consumidores é fortemente influenciado pelas ofertas relevantes apresentadas no

Qual a orientação ideal de cada empresa?

product-focused

customer-focused

Cuidado

PRODUCT-FOCUSED

QUANDO O PRODUTO É MAIS IMPORTANTE

CUSTOMER-FOCUSED

QUANDO O CLIENTE É MAIS IMPORTANTE (COMMODITIES)

CRM

Principais Fontes de Dados

Atendimento ao Cliente

Estabeleça relacionamentos.

Atendimento SAC

Cuide do Cliente. Aprenda com ele. Pergunte.

Pesquisa

O que falam de você e da sua empresa?

Caixa de Sugestões

O cliente quer falar e você deve ouvi-lo. Isso não significa atendê-lo em suas reinvindicações...

CRM

Principais Problemas

Atendimento ao Cliente (SAC)

Falta de solução e transparência.

Telemarketing

Quem gosta de ser importunado por um agente de televendas na hora do almoço?

Importância da Métrica

Abordagem e Fechamento. Remuneração por volume de vendas: Situação insuportável

Atendimento Discriminatório

Geração de Revolta.

CRM

Permaneça em Contato

Caso o cliente queira, envie NewsLetters.

Divulgue **novos produtos e serviços.**

Dê **liberdade** para o cliente escolher se quer ou não receber suas mensagens.

Isso melhora a imagem da empresa e gera confiança e respeito.

Crie campanhas de e-mail personalizadas.

Feedback imediato.

CRM

Programas de Fidelidade

Comportamento do Cliente.

Produtos e serviços mais consumidos.

Possibilidade de Abordagem Adequada.

Negocie comigo e ganhe sempre.

Não crie dificuldades para o cliente.

Tecnologia x Marketing



Resumindo...

CRM é um software que tem o cliente como centro do modelo de dados, gerando informações que auxiliarão o gestor na fidelização desse ciente junto à empresa.