

Se você trabalha com vendas e não sabe o que as letrinhas CRM significam, olha..., cuidado para não comer poeira! O **Customer Relationship Management** (Em português: Gestão de relacionamento com o cliente), é uma ferramenta importantíssima na vida das empresas bem sucedidas.

Nesse post, falaremos sobre o que é CRM, quais suas funções e as vantagens em aplicar ele na sua empresa. Vamos nessa?

O que é CRM?

Como dito anteriormente, **CRM é a gestão de relacionamento entre sua empresa/agência e o cliente.** Existem muitas definições técnicas do que é CRM, mas uma coisa é certa em todas elas, **o cliente está em primeiro lugar. O CRM funciona como um banco de dados super poderoso que armazena todas as informações de seus atuais e futuros clientes.**

O CRM armazena nome, endereço, número de telefone e outros dados cadastrais dessas pessoas, além de registrar qual tipo de relação que esses clientes têm com a empresa, seja uma visita ao seu site ou uma ligação para o SAC, por exemplo. Esse tipo de estratégia é uma forma avançada e certa de fazer com que sua empresa seja mais produtiva e competitiva no mercado.

Trocando em miúdos, **o CRM faz com que você possa reunir seus leads de forma eficiente e inteligente em um banco de dados único.** Esse tipo de armazenamento de informação é valioso para sua equipe de vendas, já que é possível saber com exatidão em qual etapa da negociação o seu cliente está (pesquisa, prospecção, conexão, avaliação, solução ou fechamento) e assim adaptar a estratégia de abordagem.

Vale lembrar, **o CRM não se limita apenas a implementação de um software e junção de dados de forma fácil. CRM na verdade é uma estratégia de negócios focada no cliente.**

Porque o CRM é importante?

O CRM é a forma mais eficiente de acelerar e simplificar o seu processo de vendas, fazendo com que sua empresa possa alcançar mais resultados de forma satisfatória. De acordo com pesquisa feita pela salesforce.com em março de 2013 com mais de 5 mil clientes, o uso do CRM resultou num aumento de 37% nas receitas de vendas e aumento de 45% na satisfação do cliente com a empresa, belíssimos números para qualquer empresa.

Isso se deve a eficiência que o CRM introduz em seu processo de vendas, conhecendo melhor seus clientes para que você possa oferecer seus produtos e serviços no local e hora certa, fazendo com que o número de conversões e lucros.

Quais as funções de um CRM?

Para que o CRM seja de fato um diferencial no desempenho de sua empresa, é preciso que você saiba quais são suas funções. Essas funções podem ser postas em práticas utilizando estratégias, metodologias, softwares ou sistemas de CRM, por exemplo. Veja abaixo algumas das funções mais importantes do CRM.

- 1. Coleta de Informações:** Como dito no começo desse post, o CRM tem como uma de suas funções cruciais o armazenamento de dados. Essas informações podem ser usadas em processos de curto, médio e longo prazo; seja na criação de uma promoção ou até um ajuste no mercado. É crucial ter essas informações bem armazenadas. Essa coleta também ajuda na prospecção de novos leads e a transformação desses leads em clientes.
- 2. Pós-venda:** Uma das etapas no processo de compra que mais vem crescendo é o acompanhamento do cliente após a compra. É importante lembrar, a relação entre cliente e empresa não termina quando o indivíduo leva o produto para casa, na verdade, essa é a melhor hora da empresa fidelizar o cliente. **Através do CRM, é possível saber quantas vezes o cliente visitou o site da empresa após a compra ou se ele já demonstrou interesse em adquirir outro produto.**
- 3. Aumento dos lucros:** Em posse dos dados armazenados pelo CRM, as empresas podem poupar esforços das equipes de venda e marketing, fazendo com que as equipes trabalhem apenas nas possibilidades que estejam mais próximas de dar lucro. Um CRM atualizado e bem usado é certeza de lucro no final do mês.

Como o CRM pode ser aplicado?

Apesar dessa divisão, é importante lembrar que esses processos devem funcionar de forma integrada para alcançarem um objetivo satisfatório. **As aplicações do CRM são divididas em quatro funcionalidades, vamos a elas!**

- 1. Operacional:** Esse é o processo que trata das etapas de atendimento ao cliente, pós-venda e o suporte técnico. Além disso, esse processo monitora e ajuda o cliente a tomar uma decisão de compra. **Através desse processo é possível descobrir problemas em seu atendimento, se**

determinadas características do seu produto podem ser melhoradas e até sugestões importantes que podem criar um diferencial entre você e a sua concorrência. O feedback é ouro!

- 2. Analítica:** Depois de receber os dados, chegou a hora de os analisar. **Aplicar o CRM em sua forma analítica é usar sua base de dados com o objetivo de identificar e segmentar os seus clientes.** Com isso em mãos, o vendedor pode criar uma abordagem personalizada e que possa obter mais sucesso com o cliente. **Esse processo é importantíssimo na qualificação de leads, fazendo você ganhar tempo, poupar esforços e acumular grandes resultados!**
- 3. Colaborativa:** **Aqui, o CRM trabalha com a facilitação na troca de informações entre os setores dentro da empresa.** O uso colaborativo do CRM faz com que o cliente possa ter o atendimento mais profissional e eficiente possível; além de ajudar a empresa a criar ações que diminuam o risco de problemas e aumentem a geração de oportunidades. **Integre suas equipes, foque no cliente e gere resultados!**
- 4. Estratégica:** Após armazenar todos esses dados e entender seus processos, **é hora de colocar essa numerada toda em uma planilha e fazer com que eles passem de números para ações reais.** A coleta dessas informações e como elas serão usadas em um futuro de médio/longo prazo é o que vai definir o quanto sua empresa vai se destacar no mercado. O CRM estratégico depende totalmente das outras aplicações citadas anteriormente, o sucesso do futuro está ligado à organização e às estratégias do presente.

Sete motivos para ter um CRM na sua empresa!

Ainda está se decidindo em ter um CRM ou não? Vamos te dar sete motivos para acreditar que sim, vale a pena demais ter um CRM!

1. Informação agrupada em tempo real e de fácil acesso
2. Tenha uma visão mais ampla e completa do seu negócio
3. Fidelize o seu cliente de forma mais rápida
4. Tenha resultados palpáveis
5. Aumente a produtividade das suas equipes
6. Melhore o processo de prospecção e qualificação dos seus leads
7. Concentre tempo e esforços de suas equipes em processos que valham a pena.

Gostou de conhecer mais sobre o CRM? Já usa ele em sua empresa e quer saber como ele te ajudou? Deixa o seu recado nos comentários e até o próximo post!