

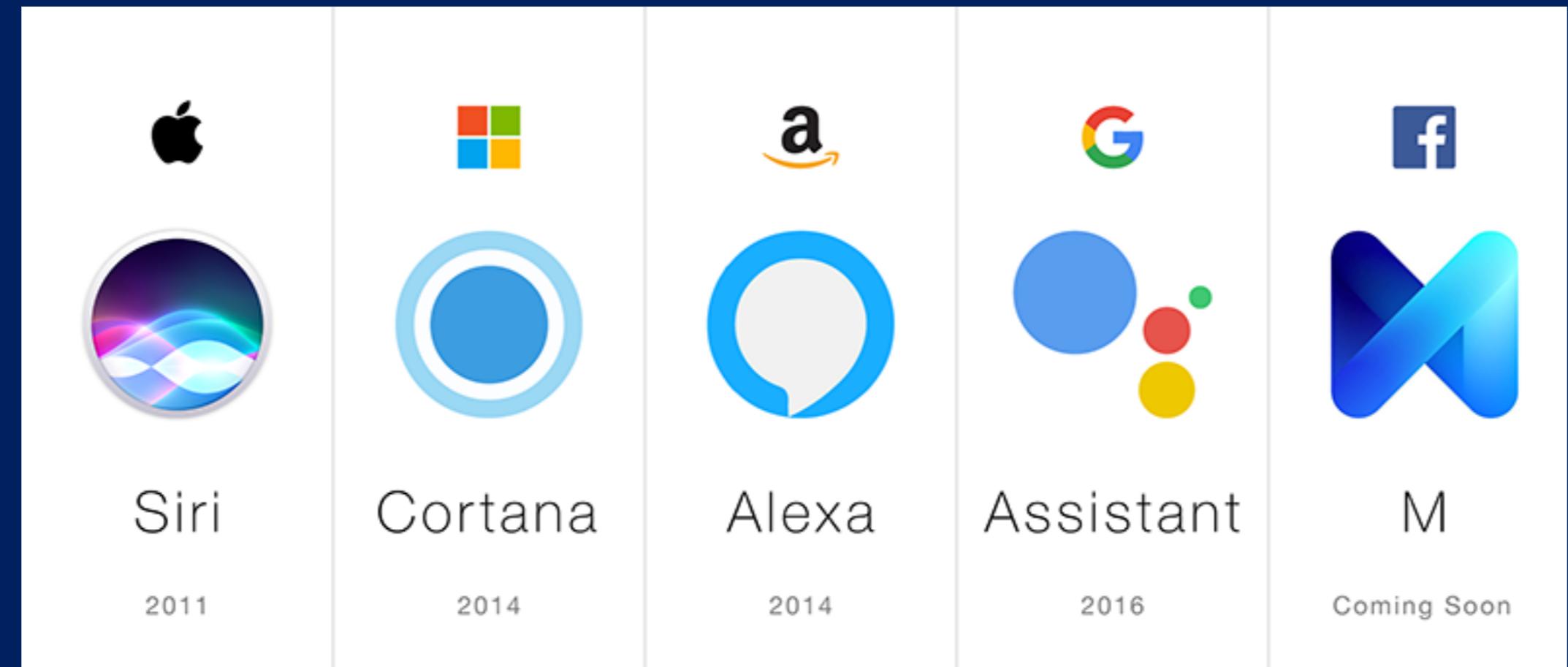
Introdução

O que é, e por que sua
empresa precisa de CRM

Sridhar Ramaswamy

Ex-Vice Presidente de Ads e Commerce no Google

“*Estamos entrando na era da assistência, um tempo em que, para o marketing, atrito significará fracasso e mensagens de massa serão ignoradas pelo público.*”



Cultura com Foco no Cliente

CONHECER O CLIENTE
Entender o valor de cada cliente
e saber sua necessidade melhor
do que ele mesmo



TEMPO REAL
Entregar o que seu cliente
quer, na hora que ele precisa

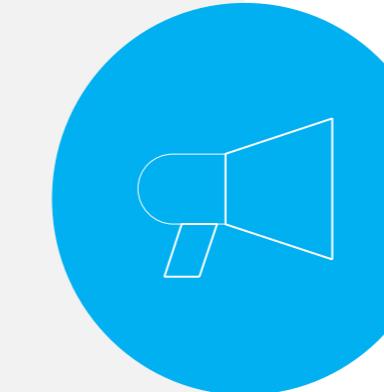


Foco no Cliente

SIMPlicidade
Tornar toda interação o mais fácil e
simples possível

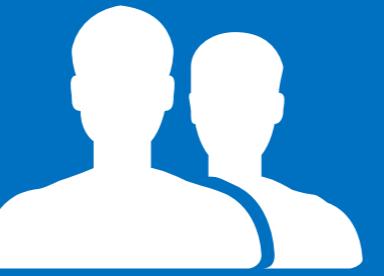


CONSISTÊNCIA
Ter consistência e assertividade em todas
as comunicações



Conceitos

“ *Customer Relationship Management, é uma combinação de estratégias, práticas e tecnologias que as empresas usam para gerenciar e analisar as interações dos clientes e seus dados ao longo do ciclo de vida do cliente. Seu objetivo é aumentar relacionamentos, retenção e direcionar aumento de vendas. (Smith, Lori).* ”



“ *O CRM é uma estratégia de negócio para selecionar e gerenciar clientes a fim de otimizar o valor em longo prazo. Ele exige uma filosofia de negócio com foco no cliente para apoiar processos eficientes de marketing, vendas e serviços. (Turban)* ”



“ *Estratégia de negócio que optimiza a rentabilidade, faturamento, eficiência operacional e satisfação do cliente através da segmentação, prevendo os comportamentos e implantação de processos centrados no cliente e suas necessidades. (Gartner)* ”



Stefano Balian

“

Customer Relationship Management, é uma estratégia de negócio destinada a entender e influenciar positivamente o comportamento e a experiência de seus clientes, consumidores ou prospects.

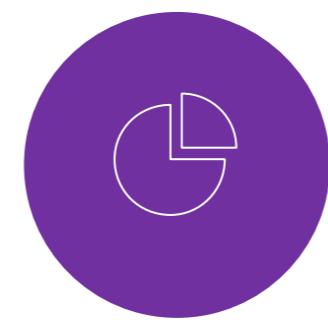
Os princípios e práticas de CRM ajudam empresas a fidelizar, reter e aumentar a satisfação de seus clientes, através de uma gestão inteligente e personalizada de todas as suas interações e comunicações, visando aumento de lucratividade e rentabilidade do negócio no curto e longo prazo.

”

Benefícios do CRM para o Negócio



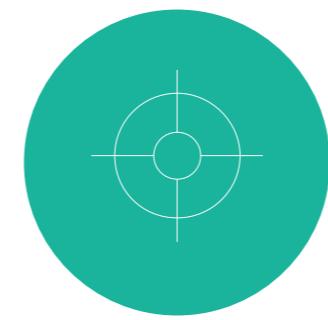
Fidelização e Retenção



Qualificação de Prospects



Aumento de Rentabilidade



Diferenciação – Marketing 1-1



Lucratividade Por Cliente



Eficiência Operacional

Richard Oliver

“

Fidelização é o compromisso profundo de um cliente em recomprar um determinado produto ou serviço, de uma mesma marca, repetidamente no futuro, independentemente de influências externas, esforços de marketing da concorrência, ou qualquer outro fator que possa mudar seu comportamento

”



O que não é CRM

1

Uma tecnologia

Ele é viabilizado e escalado
através de tecnologia.

2

Disparo de email

Email marketing é um canal,
que pode ou não ser usado
em uma estratégia de CRM

3

Solução de todos os seus problemas

CRM não resolve produtos
ruins, mal posicionados ou
problemas operacionais