

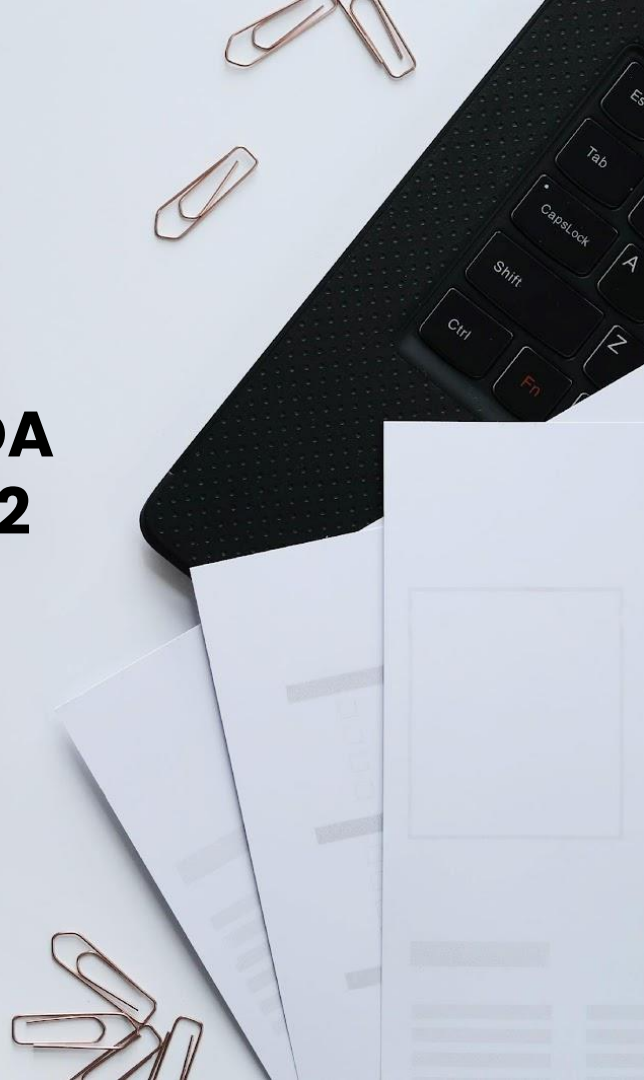
Marketing Digital



Introdução ao CRM



GUIA DA AULA 2



Implemente as estratégias de CRM

Estratégias de CRM



Acompanhe aqui os temas que serão tratados na videoaula.



Estratégias de CRM



Para pensar na estratégia de CRM primeiro é importante definir os objetivos que a empresa quer alcançar. O objetivo pode ser elevar a satisfação do cliente, o aumento de vendas, diminuir reclamações e devoluções, entre outros.

O planejamento de quais caminhos a empresa pretende seguir para alcançar os objetivos definidos é o CRM. **É importante traçar uma rota para concluir cada etapa desejada, mas também ser flexível para possíveis mudanças no meio do caminho.**



Conhecendo os primeiros passos da estratégia de CRM, vamos ver os tipos de estratégias que existem:

→ **OPERACIONAL**

É responsável por todos os processos de operação, interfere na automação dos processos de venda, ou seja, é bem aplicado e focado nas vendas, no marketing e no atendimento ao cliente.

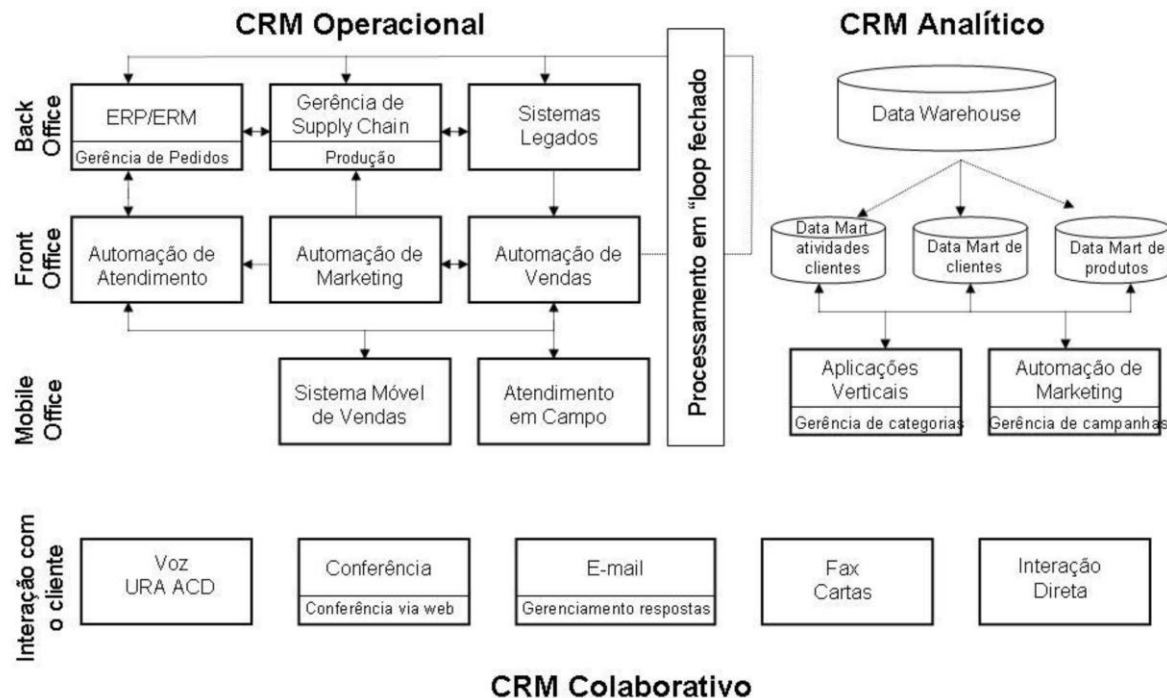
→ **COLABORATIVO**

Também conhecido como Social, é mais focado nos pontos de contato do cliente com a empresa, como telefone, redes sociais, e-mail e outros.

→ **ANALÍTICO**

Envolve o desempenho da organização: ele compara resultados e indicadores e é mais focado em observar, analisar comportamentos e tendências dos consumidores.





#KEEPINMIND

→ OPERACIONAL

TRATA DA AUTOMAÇÃO DOS PROCESSOS DE RELACIONAMENTO COM O CONSUMIDOR.

→ COLABORATIVO

ENGLOBA TODOS OS PONTOS DE CONTATO COM O CLIENTE ONDE OCORRE A INTERAÇÃO ENTRE ELE E A EMPRESA.

→ ANALÍTICO

CONTEMPLA AS FUNÇÕES DE ANÁLISE DO DESEMPENHO E DA INTELIGÊNCIA DOS NEGÓCIOS.

...



Bons estudos!

