

Introdução

Defina Objetivos e Alinhe Expectativas

Objetivos “Macro” de CRM

Crescer

CRM auxiliando áreas de aquisição ou times comerciais a qualificar prospects potenciais (target). Com um target mais qualificado, a tendência é que o investimento seja mais direcionado, para um público menor, e com mais assertividade, diminuindo o **CAC** (Customer Acquisition Cost ou **Custo de Aquisição de Clientes**).

Reter

Reter e Fidelizar Clientes, aumentando a **taxa de retenção** ou **diminuindo a taxa de cancelamento** / perda de clientes.

Rentabilizar

Aumentar a lucratividade por cliente ao longo do tempo, ou o **seu Life Time Value** (também influenciado pela retenção), incentivando a compra de mais produtos e serviços, fazendo upgrades, melhorando a experiência, etc.