

Quais as vantagens de um bom CRM para sua empresa?

Quer ter sucesso no seu empreendimento? Então, ponha foco no relacionamento com o seu cliente. Isso não significa apenas admirá-lo. É mais: você tem que conhecê-lo e entendê-lo muito bem. E é aqui que o [CRM](#) entra como seu aliado.



Toda a energia da sua equipe precisa estar direcionada para a [satisfação do cliente](#). Se você ainda não está convencido sobre isso, os os números ajudarão a dispersar as dúvidas.

Quer um exemplo? Pesquisa da [Amdocs](#), realizada em 2017, mostrou que 9 em cada 10 clientes não se importariam em pagar mais pelo produto em troca de um atendimento melhor.

São vários estudos sobre esse assunto e os resultados caminham na mesma direção. Veja:

- A forma como o cliente é tratado representa 70% da experiência de compra dele;

- Você precisa de 12 experiências de atendimento positivas para compensar apenas uma negativa;
- Cerca de 82% dos consumidores abandonam uma marca, simplesmente pela falta de qualidade do atendimento;
- 60% dos clientes acreditam que as empresas não se preocupam o suficiente em prestar um bom atendimento.

O que é CRM

CRM – Customer Relationship Management – é usado exatamente para [melhorar o relacionamento com os clientes existentes](#), atrair os consumidores potenciais e recuperar aqueles que viraram as costas para a sua marca.



Por meio de um software CRM, a empresa coleta, organiza e gerencia todas as informações do cliente. Assim, é possível manter em um único local, de fácil acesso, registros de suas transações, preferências, necessidades, sonhos e preocupações. Além dos dados pessoais e geográficos.

Para muitas pessoas, CRM não é apenas uma tecnologia, em forma

de software, geralmente com armazenamento na nuvem, conhecido ainda como solução de CRM. É também uma estratégia de negócios sobre como gerenciar os relacionamentos com clientes. Por isso, deve ser usada em todo tipo de empreendimento, independentemente do porte e segmento de atuação.

6 vantagens de ter um CRM

São muitas as vantagens de um CRM bem estruturado e com informações precisas. Nesse post, nós selecionamos 6 principais. Vamos lá:

1. Qualidade do atendimento ao cliente



Cliente insatisfeito é um problema para sua empresa. Ninguém quer isso. Então, dê um jeito de tratá-lo bem e, também, resolver qualquer problema que ele venha a ter com o seu produto/serviço. E aja rapidamente.

Cliente nenhum suporta, por exemplo, ligar para uma empresa, contar toda a sua história... aí o atendente transfere a ligação

para outro setor e tudo recomeça do zero. Ninguém merece isso.

Com CRM, no entanto, quando o cliente contata a sua empresa, qualquer pessoa pode acessar as informações disponíveis e ajudá-lo a encontrar uma solução. Ao final, [você terá um cliente satisfeito que, provavelmente, permanecerá com a sua marca.](#)

2. Aumento na receita em grande medida



Com as estratégias de CRM, as equipes da sua empresa terão muitas informações relevantes sobre os seus consumidores. Isso facilitará ações assertivas, inclusive de marketing, permitindo que seu produto e suas mensagens alcancem os seus clientes e o máximo de potenciais clientes possível. Assim, pode-se aumentar a receita da empresa.

Outro ponto a ser considerado é que o CRM tem dados suficientes para você atrair de volta aquelas pessoas que migraram para o concorrente.

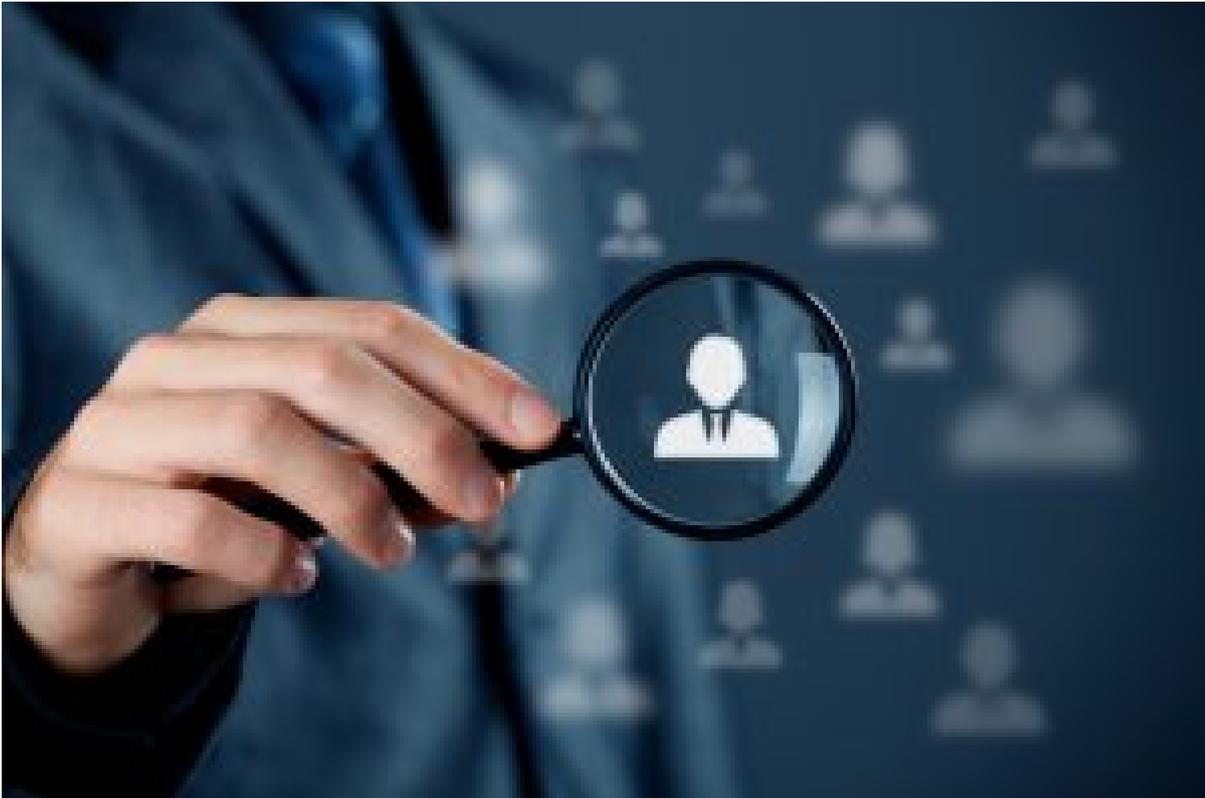
3. Oportunidades de cross-selling e upselling



Cross-selling e upselling são ferramentas que ajudam sua empresa a vender mais produtos para o cliente que já decidiu comprar de você. Consiste em sugerir a inclusão de um ou mais itens relacionados ao pedido (cross selling) ou um upgrade do produto adquirido (upselling).

Para o sucesso dessas iniciativas, você precisa entender de fato as reais necessidades, desejos, medos e padrões de compra do seu consumidor. É o CRM que colocará em suas mãos esses dados cruciais, que lhe permitirão agilizar o processo de compra por parte do seu cliente e maximizar os resultados da organização.

4. Informações organizadas



Você deve focar num atendimento impecável do seu cliente, proporcionando [inesquecíveis experiências com a sua marca](#).

Registrar e arquivar, inclusive, todas essas interações, de forma organizada, garantirá que você tenha informações valiosas sobre o cliente, sempre que necessário. Porém, não estamos falando apenas em criar categorias para guardar os dados.

Tão importante quanto armazenar todo esse conteúdo corretamente, é disponibilizá-lo para os departamentos em geral, de forma rápida. O principal ganho, nesse caso, com o CRM, é de tempo, porque ninguém mais desperdiçará os preciosos minutos, buscando ou recuperando informações.

Importante ressaltar, ainda, que por estar baseado nas nuvens, os dados do CRM podem ser acessados de qualquer dispositivo com internet. Ou seja, onde e quando precisar.

5. Automação das tarefas diárias



Fechar uma venda não é um trabalho simples. Depois que você consegue o “sim” do cliente, vem um emaranhado de pequenas tarefas.

É uma burocracia necessária e legal, mas que consome um bom tempo das pessoas. Por exemplo, os formulários e relatórios. No entanto, os melhores sistemas de CRM foram construídos pensando em usar a tecnologia para tirar esse peso dos ombros dos vendedores.

6. Dados analíticos e relatórios confiáveis



Os softwares de CRM guardam as informações de todos os clientes em um único local, além de outros dados, como por exemplo, metas de vendas e relatórios de desempenho.

Como o CRM é integrado com diferentes ferramentas ou plugins, os relatórios são gerados automaticamente. Tudo programado para liberar informações confiáveis e facilitar a vida das suas equipes, inclusive, apoiando-as nas tomadas de decisões com foco na fidelização de clientes e rentabilidade.

Setores da empresa que se beneficiam

Como já foi dito, o CRM é valioso em diferentes áreas da empresa. Veja 4 exemplos a seguir:

Atendimento ao cliente: esse setor pode acompanhar as conversas com os cliente nos diferentes canais, sem o risco de perda de informações valiosas, que prejudicam a solução de problemas com a agilidade necessária.

Marketing: usa o CRM para obter visibilidade clara das

oportunidades e, assim, tomar decisões mais precisas.

Recursos Humanos: o CRM pode ser usado para acelerar o recrutamento, automatizando o processo, analisando as necessidades da empresa e identificando gaps de habilidades, além de apoiar na [retenção de talentos](#).

Setor de compras: CRM pode ser usado para gerenciar as relações, acompanhando reuniões com fornecedores e parceiros, registrando pedidos, agendando follow-ups etc.

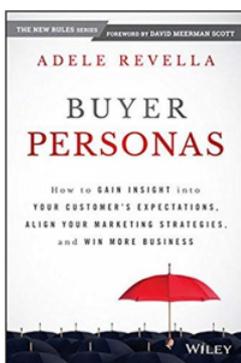
Conclusão

Se você quer ter sucesso no seu empreendimento, coloque energia na satisfação do cliente. Para isso, é preciso conhecê-lo muito bem e manter um relacionamento duradouro.

Para isso, CRM é um suporte valioso. Vale a pena investir nessa tecnologia. Afinal, como diz Bill Gates, “como você coleta, gerencia e usa as informações determinará se você ganha ou perde”.

Agora, segue a nossa dica de leitura para ajudar você a alavancar o seu negócio. Anote aí:

[Buyer Personas](#) – Adele Revella



Aqui está o seu manual de como obter informações sobre as expectativas de seus clientes, alinhar suas estratégias de marketing e conquistar mais negócios.

O resumo do livro Buyer Persona e de várias outras obras valiosíssimas no mundo empresarial estão disponíveis na plataforma [12Min](#), nos formatos microbook e micro audio.

Boa leitura! Sucesso!