CRM

CRM

Customer
Relationship
Management

CRM

* Um termo da arte do marketing.
* Sistema integrado de gestão com foco no cliente.

CRM

* Reúne vários processos/tarefas de uma forma organizada e integrada.

CRM

* Para essa organização e integração é necessário o uso de software.

CRM

O software CRM trabalha através do conhecimento dos hábitos, preferências, necessidades e expectativas dos clientes.

CRM

* Dessa forma, as empresas que fornecem serviços específicos podem oferecer um atendimento personalizado ao cliente.

CRM

* Obtendo uma melhor interação(vínculo) com o cliente.
* Vínculo esse que será decisivo para negociações futuras.

CRM

* Do ponto de vista do negócio, o conceito de CRM pode ser inserido em quatro áreas de desenvolvimento:
  - Geração de oportunidade;
  - Execução e incentivo de negócios;
  - Consolidação de vendas;
  - Fidelidade do cliente.

CRM

* Do ponto de vista do negócio, o conceito de CRM pode ser inserido em quatro áreas de desenvolvimento:
  - Geração de oportunidade;
  - Execução e incentivo de negócios;
  - Consolidação de vendas;
  - Fidelidade do cliente.

CRM

* Ou seja, cliente satisfeito e bem servido, gera fidelidade de negócio!

CRM

* **Quais são os benefícios do CRM?**
  - Ganho de qualidade e eficiência;
  - Diminuição de custos;
  - Aumento dos lucros.

CRM

* Os sistemas CRM tornam os projetos menos trabalhosos, com tendência a apresentarem resultados mais rapidamente e são mais simples comparados ao modelos ERP.