

CONHEÇA OS

9 PASSOS PARA IMPLEMENTAR UMA
ESTRATÉGIA DE CRM
NA SUA EMPRESA

**O SEU NEGÓCIO COLOCA O
CONSUMIDOR
NO CENTRO
DAS ESTRATÉGIAS?**

O seu negócio coloca o consumidor no centro das estratégias? Se ainda não, é hora de implementar um CRM na sua empresa.

O Customer Relationship Management (CRM), muitas vezes, é considerado um sinônimo do software utilizado para gerenciar o relacionamento com os clientes. Ele é essencial para estruturar o pipeline de vendas e personalizar as interações com os consumidores.

POR QUE É IMPORTANTE IMPLEMENTAR UM CRM CORRETAMENTE NA SUA EMPRESA?

O primeiro passo para implementar um CRM corretamente na sua empresa é entender que **ele não se resume a um sistema**. O software é o que permite colocar a estratégia de CRM em prática. Sem um planejamento que embase as ações, ele não trará os resultados que você imagina.

Por outro lado, se você seguir o passo a passo que vamos apresentar a seguir, o CRM tende a trazer muitos benefícios para o seu negócio. O principal deles é **melhorar a experiência dos clientes junto à marca**. Afinal, eles serão o foco da atuação da sua empresa, para quem todas as estratégias serão direcionadas. O resultado disso é muito mais satisfação.

1. FAZER UMA ANÁLISE DA EMPRESA

Comece fazendo uma análise para identificar o contexto da implementação do CRM e as necessidades do negócio.

Faça algumas perguntas como estas:

- Como é a gestão do relacionamento com o cliente hoje? Quais processos envolve?
- Quais são os profissionais relacionados a essa área?
- Qual é o seu orçamento para o CRM?
- A empresa está preparada para mudar a cultura empresarial (foco no cliente)?
- Como estão os processos do seu negócio (vendas, marketing, RH, suporte, etc.)?
- Quais são as características do mercado em que você atua?
- Quem são os concorrentes? Como eles fazem o relacionamento com o cliente?

DEFINIR OS OBJETIVOS DA ESTRATÉGIA 2.

Para nortear a estratégia, os objetivos devem ser desmembrados em metas. Elas estabelecem o número ou percentual que deve ser alcançado e um prazo para isso. **Por exemplo: diminuir o CAC em 15% nos próximos 6 meses.** Depois das metas, também é preciso definir os indicadores-chave de performance (KPIs). São eles que demonstram se, ao final do período, você atingiu seus objetivos ou não.

3. DEFINIR A EQUIPE E OS RESPONSÁVEIS

Provavelmente, todo o seu time estará envolvido no CRM de uma forma ou outra. Por isso, **é importante definir as responsabilidades de cada colaborador**, especialmente de quem estará diretamente comprometido na implementação da estratégia. Isso é necessário, também, para estabelecer níveis de acesso à ferramenta de CRM na etapa de execução.

ESCOLHER A FERRAMENTA DE CRM 4.

Entenda o que a ferramenta precisa ter para atender o seu negócio.

São pontos importantes:

- **Integrações com outras ferramentas;**
- **Personalização;**
- **Capacidade de armazenamento de dados;**
- **Geração de relatórios;**
- **Acessibilidade.**

5. MAPEAR OS PROCESSOS

Nessa etapa, **crie um fluxograma de atividades para cada processo** e identifique as áreas envolvidas, os responsáveis, os prazos e os resultados esperados.

Assim, você consegue perceber como o CRM se envolve nos processos e desenhar uma nova estrutura para configurar o sistema adequadamente.

CONFIGURAR A FERRAMENTA DE CRM 6.

A partir do mapeamento dos processos e da definição da equipe envolvida, então, você deve inserir as informações no sistema e apontar as atividades de cada usuário. **Por exemplo: Para o processo de suporte ao cliente, defina o caminho que a mensagem do usuário percorre, quem deve atendê-lo, quais alertas devem ser emitidos, entre outros aspectos.** Nessa etapa, o suporte do fornecedor é essencial para guiar a configuração e customização do sistema, além da migração de dados de sistemas anteriores.

7. ALINHAR AS EQUIPES

Primeiramente, você deve **investir em uma comunicação eficiente sobre o projeto, que é essencial para despertar o engajamento e o comprometimento com a nova estratégia.** Esclareça quais são os objetivos da empresa com o CRM e quais benefícios ele traz para o negócio. Explique também quais são as responsabilidades dos colaboradores e como cada um pode contribuir para melhorar a gestão do relacionamento com o cliente. Nessa etapa, também é importante treinar os colaboradores para o uso da ferramenta, de acordo com o seu perfil.

ANALISAR OS KPI'S 8.

Você lembra que, na etapa de planejamento, foram definidas as metas e os indicadores da estratégia? Agora é o momento de analisar se você chegou onde queria. Se você selecionou o custo de aquisição de clientes como um KPI, por exemplo, olhe para o seu resultado. Analise se ele bateu a meta que você havia definido. Então, com base nesse e outros indicadores da estratégia, **identifique as oportunidades de otimização para alcançar ou melhorar os seus resultados.**

9. AJUSTAR A ESTRATÉGIA

Então, nesta etapa, ajuste os processos se os resultados ainda não foram alcançados ou podem ser melhorados. A intenção é eliminar as falhas que estejam prejudicando a estratégia. **Implementar um CRM não é um trabalho com início, meio e fim. Você sempre terá oportunidades para melhorar a estratégia e ter resultados mais expressivos** - Desde que implemente um constante processo de monitoramento e ajustes. Pronto: Agora você já tem um passo a passo para implementar um CRM na sua empresa!

