



# Avaliando o desempenho de seus negócios com CRM

*As metas são importantes para sabermos onde queremos chegar. Sem um objetivo bem definido, qualquer resultado serve.*

Ao começar a utilizar um [sistema de CRM](#), você pensa em atingir resultados, certo? Pelo menos deveria. Toda mudança na empresa precisa de comprometimento por parte da equipe, mudanças na mentalidade da diretoria e uma dose de vontade dos líderes.

**Saiba onde você quer chegar e apresente à sua equipe de forma bem clara.**

Um líder que não sabe comunicar à equipe quais são seus objetivos, acaba deixando o pessoal confuso. Então para contornar isso, segue 4 etapas básicas para alcançar os resultados esperados com a adoção do CRM.

## **1. Metas em primeiro lugar**

As metas são importantes para sabermos em qual direção devemos ir. Sem um objetivo bem definido, fica difícil saber se os caminhos que pegamos são os corretos.

**Quais são os seus objetivos ao utilizar o sistema de CRM?**

Comece definindo as metas de uma forma mais ampla, mas tendo em mente as prioridades para o período atual de sua empresa:

1. Aumentar a fidelidade
2. Aumentar a retenção
3. Aumentar as vendas por representante
4. Aumentar o volume de negociações
5. Reduzir os custos de aquisição de novos clientes
6. Reduzir os custos de concretização de negociações
7. Reduzir os custos com atendimento e suporte

Em seguida, defina valores quantitativos para cada uma delas, por exemplo: aumentar a receita geral em 200%; reduzir os custos com atendimento e suporte em 50%; aumentar a retenção de clientes em mais 1 ano; reduzir para um terço os custos de concretização de negociações.

Pode parecer complicado em um primeiro momento, **mas esses valores servem de referência**. Com o tempo, sua precisão em estabelecer metas vai se aprimorando.

## 2. Processos

Como serão atingidas essas metas? Uma empresa que comercializa equipamentos industriais pode, por exemplo, estabelecer que todo novo cliente deve receber uma ligação de apresentação **dentro de no máximo 2 dias após o primeiro contato**. Em seguida, uma reunião deve ser agendada para a apresentação dos produtos.



Para maior eficiência nas vendas, a empresa define que esse

agendamento de reunião deve acontecer em uma semana no máximo, à partir do primeiro contato. **Assim eles podem restringir o foco nos prospects** (clientes em potencial) que têm maior potencial de negócio.

***Detalhe importante:** Ao definir processos, tome o cuidado de ouvir toda a equipe. As pessoas devem “comprar” os processos definidos para se sentirem envolvidas com a estratégia adotada.*

### **3. O que não é medido, não é gerenciado**

Essa máxima é bem conhecida. Como gerenciar algo que não medimos? Se não identificarmos o que estamos fazendo, fica difícil melhorarmos os processos de relacionamento com clientes.

As métricas são usadas para isso: analisar se os resultados estão te levando para o objetivo que foi definido. É importante que elas estejam bem alinhadas com os processos elaborados.

#### **Acompanhe e avalie as métricas constantemente.**

Por exemplo, a empresa que comercializa equipamentos industriais, pode medir o desempenho de seus processos de venda e atendimento, usando as seguintes métricas:

- Envio de orçamento
- Aquisição de novos produtos
- Apresentação
- Solicitação de suporte técnico
- Agendamento de reuniões
- Ligações recebidas
- Ligações realizadas

Conforme as informações são inseridas no sistema, avalie se as métricas que estão sendo utilizadas são as corretas, ou se há necessidade de mudá-las. **Fique de olho na utilização do**

**sistema pela sua equipe!**

***Dica:** Deixe fácil e claro o uso das métricas, para que sua equipe entenda bem a importância delas. A falta de informações pode causar erros na avaliação dos resultados, que eu explico logo abaixo.*

## **4. Avaliando resultados**

A última etapa é tão importante quanto as outras.

Ao estabelecer metas claras e objetivas (com valores e datas de conclusão), definir quais processos serão utilizados para atingir essas metas, usar as métricas adequadas para acompanhar o andamento, resta fazer a avaliação correta.

### **Use relatórios amplos e específicos.**

Os relatórios amplos não te mostram com precisão quais são os itens que afetaram uma tal meta. Por outro lado, os relatórios específicos não te dão uma visão do quadro geral.

Ao avaliar se as receitas estão aumentando em 200%, **analise também se seus vendedores estão seguindo os processos:** estão enviando as propostas em menos de 2 horas? Estão agendando reuniões dentro de no máximo 2 dias? Estão ligando aos clientes para fazer o acompanhamento das propostas que foram enviadas?

***Dica:** O ideal é utilizar por exemplo, relatórios de receitas por clientes junto com os relatórios de métricas específicas (envio de propostas por clientes, agendamento de reuniões por vendedor, ligações por clientes).*