



# Como usar o CRM e a tecnologia da informação para atingir os melhores resultados em sua empresa?

## Como usar CRM aliado a uma boa ferramenta: a melhor maneira para alavancar seu negócio

Você sabe o que é CRM? Não, não estamos apenas falando de um sistema ou ferramenta, mas também da estratégia.

CRM é mais que tecnologia da informação.

CRM é a sigla de [Customer Relationship Management](#) (Gestão do Relacionamento com o Cliente, em português).

De forma geral, é uma estratégia de negócio que coloca o cliente como principal foco de processos de negócios.

*Está sem tempo para ler o conteúdo? Gostaria de poder acompanhá-lo enquanto dirige, caminha ou realiza outra atividade? Então não perca tempo e ouça este artigo na íntegra. Basta clicar no play! Agradecemos o seu feedback nos comentários ☐*

É importante não confundir esse conceito com os [sistemas de CRM](#) (a tecnologia da informação), que permitem a aplicação mais eficaz da estratégia de CRM.

[Por isso, lançamos um kit que vai ajudá-lo a esclarecer todas as dúvidas!](#)

*Se quiser testar todas as dicas do kit em uma ferramenta para gestão comercial, que tal usar o Agendor? Nosso app conta com diferentes [funcionalidades](#) e pode ser usado gratuitamente. [Clique aqui para revolucionar os negócios de sua empresa!](#)*

Saber como usar CRM envolve o conhecimento do cliente, a busca constante pela solução de seus problemas, a comunicação apurada.

Em outras palavras, a partir do momento em que o cliente tem o contato com a empresa, começam os esforços para aprender mais sobre suas características, necessidades e preferências, com o objetivo de fortalecer o relacionamento e conquistar sua confiança, bem como sua fidelidade.

A ferramenta ou solução de [CRM](#) entra aí como um importante aliado para coletar, registrar e possibilitar a análise de dados de toda a base de clientes de uma organização.

Informações como quantidade ligações realizadas e recebidas, evolução e frequência de compras, grau de retenção e evasão de

clientes, segmentos mais fiéis, entre tantas outras, podem ser analisadas com uma boa ferramenta de CRM.

Dessa forma, quem investe em CRM (estratégia e sistema) precisa saber que não adianta apenas levantar e arquivar as informações dos clientes. É preciso saber como usar CRM de maneira estratégica para que ele direcionem o negócio como um todo.

Pensando nisso, lançamos o **Kit para o Sucesso com CRM**, que vai ajudá-lo a extrair o que há de mais importante de sua estratégia, bem como de sua ferramenta para gestão comercial!



Entenda os detalhes da estratégia e de uma ferramenta de CRM

**0 kit conta com:** 2 artigos + 1 apresentação + 1 vídeo + 1 eBook especial para empreendedores, gestores e vendedores.

Não perca tempo, baixe agora o seu!

## **8 dicas de como usar CRM em seu negócio**

Sua equipe de vendas está inserida nos princípios de CRM e relacionamento com clientes?

Muito se fala sobre a necessidade do CRM em uma empresa, principalmente dentro da equipe de vendas. Mais ainda se fala da importância de cada vendedor colocar o CRM pra funcionar.

E quanto a cultivar os princípios do CRM como estratégia, fazendo a diferença nos relacionamentos com os clientes? Será que já estamos com essa ideia clara em mente?



Será mesmo que sua equipe está inserida nos princípios de CRM?

Pensando nisso, listamos alguns princípios de como usar CRM e que vão ajudar muito nos resultados das vendas e relacionamento com clientes, quando você começar a transmitir e implementar em sua equipe comercial.

Tome nota e bom trabalho!

## **1. Como usar CRM como solução estratégica**

Relacionamento com o cliente, antes de ser tecnologia é uma questão cultural. E, por CRM, podemos entender que estamos falando de comunicação, de uma empresa voltada e comprometida não apenas com o resultado das vendas, mas com o sucesso do cliente e com a aplicação daquilo que ela produz na vida do cliente.

Por isso, a empresa não precisa apenas atender o cliente, ser educada e oferecer uma solução customizada para o que ele precisa. Isso todas as empresas fazem.

Ela precisa se lembrar do cliente; precisa ajudar, mesmo que isso signifique transcender a venda.

**Apenas as equipes de vendas que consigam transcender a venda com relacionamento é que vão conseguir criar em torno da empresa uma comunidade de pessoas que confiam na empresa.**

Algumas ideias para fazer a comunicação com os clientes acontecer são:

- Preparar clipping com as notícias mais relevantes do mercado do seu cliente;
- Desconto amigo (desconto para indicações de clientes satisfeitos);
- Realização de eventos para networking com o objetivo de fazer com que seus clientes se relacionem e façam negócios entre si.



CRM é muito mais do que um sorriso amarelo para os clientes

## 2. Como usar CRM nas rotinas da equipe de vendas

O CRM precisa estar dentro da [rotina empresarial](#). É por isso que dissemos logo no início desse artigo que CRM é cultura, ou seja, desenvolver uma cultura de atendimento na equipe de vendas.

A equipe de vendas precisa separar seu tempo entre **fomentar novos negócios em novos clientes** e **interagir com os clientes da empresa** para que eles continuem sendo clientes – e não optem pela concorrência, por exemplo.

É justamente essa pequena rotina de relacionamento com os clientes que vai ajudar a fazer com que a equipe de vendas seja percebida como uma equipe que tem foco no relacionamento com o cliente.

### 3. Como utilizar CRM para estabelecer métricas e medir a satisfação do cliente

A **equipe de vendas** precisa entender que dificilmente os clientes vão dizer que não estão satisfeitos com aquilo que eles compraram. Mas as pessoas têm uma grande facilidade em queixar-se do atendimento.

De descaso após a venda até solicitações não atendidas, a lista de reclamação dos clientes é imensa.

A **equipe de vendas** precisa entender que relacionamento não necessariamente tem a ver com pós-vendas e que o cliente pode nunca mais querer comprar de você, mas que é obrigação do time comercial fomentar o relacionamento, independentemente, dele resultar em novas vendas ou não.

Sendo assim, crie métricas para que a equipe de vendas meça o nível do seu relacionamento com os clientes.

#### **Algumas métricas podem ser:**

- Número de novidades sobre o cliente que a **equipe de vendas** levantou;
- Número de conversas informais (almoço, happy hour, cafés) realizadas com determinado cliente em 1 mês;
- Número de indicações que vieram por meio de clientes;
- Número de novas propostas para clientes;
- Número de problemas resolvidos em até 4 horas;
- Número de problemas resolvidos em até 8 horas;
- Número de problemas resolvidos em até 24 horas;
- Número de problemas resolvidos após 24 horas (sinal amarelo);
- Número de problemas resolvidos até 1 semana (sinal vermelho);
- Número de problemas não resolvidos (morte);
- Número de clientes que aceitaram gravar/escrever um depoimento para a empresa.

Esses são apenas alguns indicadores que mostram o efeito das práticas de **CRM** da sua **equipe de vendas** junto aos clientes. E mostram o quanto a **equipe de vendas** está realmente interessada em fazer a estratégia de **CRM** dar certo e ser o diferencial da sua empresa.



Como você avalia o seu relacionamento com os clientes?

#### **4. Como usar CRM como termômetro do processo de vendas**

Quando um cliente está pronto para passar para a próxima etapa de vendas? Quando um cliente está pronto para assinar o contrato?

Você não tem a mínima ideia de como levantar essas informações? A resposta é simples: pelo sistema de CRM.

Quando uma equipe de vendas utiliza o CRM da maneira correta, o sistema oferece as respostas. Basta passear pelo histórico do cliente para sabermos se ele está pronto ou se precisa de mais algumas conversas, apresentação etc. Sabemos inclusive se

ele não vai comprar.

O histórico de um cliente em um CRM é uma fonte riquíssima de dados e lá estão todas as informações que a equipe de vendas precisa para entender o momento do cliente.



Termômetro do processo de vendas, o CRM é uma fonte rica de dados

## **5. Como utilizar o CRM como sua [melhor] agenda**

Ligar no aniversário já virou coisa comum entre empresas e clientes. Mas é algo que precisa ser feito. Uma vez que todos fazem, quando a sua equipe de vendas não faz, as pessoas diferenciam sua empresa acreditando que ela não se preocupa com clientes.

Com o CRM é possível aproveitar por completo o cadastro dos clientes e, com isso, criar um programa de relacionamento em que a empresa sempre se mostra próxima do cliente, não apenas para vender, mas para mostrar que se preocupa com ele.

Aniversário de casamento, de namoro, dos filhos, férias, ano novo, natal, aniversário da empresa... Todas as datas podem ser celebradas e, quando a equipe de vendas se lembra disso, acaba sendo um diferencial na relação entre empresa e cliente.

**Fazer uso de CRM como agenda da equipe de vendas vai sempre permitir que os vendedores programem lembretes úteis para continuar fomentando o [relacionamento](#) com seus clientes.**

Portanto, use o CRM para se relacionar com os clientes e mostrar que a empresa se interessa pelos interesses do cliente.



## 6. Como usar CRM para fazer follow-up

Quantas vezes uma equipe de vendas já prometeu uma ligação, um e-mail ou um contato para um cliente e esqueceu? E depois, quando se lembrou, já era tarde demais?!

O CRM ajuda a equipe de vendas a organizar as tarefas diárias para que isso não aconteça. Como?

A melhor maneira de fazer follow-up é utilizando os alertas do CRM para programar o envio de e-mails, de ligações e reuniões.

Esse é um passo muito importante para que a equipe de vendas não perca prazos, ligações e as atividades junto aos clientes.

Quer coisa melhor para ressaltar que seus clientes têm importância e mostrar, por isso, pontualidade em todos os compromissos e prazos acertados?

Isso faz toda a diferença.

O cliente quer se sentir único, e não apenas um número. Por mais que ele saiba que vai acabar sendo apenas um número uma hora.



O CRM pode ajudá-lo a ter pontualidade em todos os compromissos, especialmente, em ligações decisivas

## 7. Como usar CRM em tempo integral

Algumas empresas possuem profissionais que são responsáveis por cobrar da equipe de vendas o uso do CRM. No entanto, o CRM não é uma ferramenta que necessita apenas de alguns minutos por dia de dedicação. Ele precisa estar no sangue de uma equipe de vendas.

O estado da arte do CRM em uma empresa é o momento em que a

equipe de vendas, por exemplo, fala ao telefone enquanto transcreve parte da conversa para o histórico do cliente – em tempo real.

Isso é se preocupar com o histórico do cliente. Não adianta reservar uns minutos no final do dia para “alimentar o CRM”. É preciso utilizá-lo durante as atividades. Só assim o que for transcrito por lá terá alguma relação com a realidade.

Se preciso, crie métricas de utilização do CRM para a equipe de vendas, para que todos entendam a importância de usá-lo em conjunto com as atividades. Coloque o CRM no DNA da equipe de vendas!

## **Relacionamento começa com a equipe de vendas.**

A equipe de vendas é porta-voz da empresa junto aos clientes. É por meio do relacionamento e do contato com a equipe de vendas que os consumidores irão formar sua opinião sobre a marca.

Por isso, apenas quando os princípios do CRM estiverem impregnados na equipe de vendas é que os clientes conseguirão enxergar uma empresa voltada por servir o cliente.

E é a sede por servir os clientes – pela equipe de vendas – que vai criar o diferencial da sua marca aos olhos dos funcionários, concorrentes e do mercado como um todo.

Sendo assim, mesmo que o sistema de CRM não esteja implementado em sua empresa, implemente os princípios do CRM para a sua equipe de vendas possa criar o bom nome de seu negócio.

O estado da arte é ter uma empresa que se preocupa com os clientes e que tenha o compromisso explícito em fazer com que eles sejam bem-sucedidos.

## **O CRM pode ser usado para diversos ramos**

É fundamental saber como usar CRM para agências de publicidade, por exemplo, que realizam [vendas complexas](#) para grandes empresas.

O CRM para turismo também é bastante efetivo, pois facilita conhecer as preferências dos clientes e oferecer o pacote ideal para cada um.

Veja como usar CRM para uma distribuidora ou como um utilizar CRM em vendas industriais conferindo mais 2 de nossos e-books gratuitos:

- [Guia completo de vendas para distribuidoras](#)
- [Captação e gestão de negócios em indústrias](#)

## **Além de um grande aliado para a equipe de vendas, o CRM pode ser uma estratégia de gestão da empresa para aumentar resultados**

O uso do CRM só vai funcionar em uma empresa que entenda que gerir o relacionamento com seus clientes é a única ferramenta para construir mais do que vendas e criar um elo com o cliente.

Por esse motivo, uma empresa voltada para a [importância do CRM e uma equipe de vendas preparada para utilizar a solução de CRM](#) sempre terão mais clientes. Isso porque colocam o foco no relacionamento e não nas vendas.

A implantação do CRM em uma empresa é uma mudança de visão – mudança de uma visão em que relacionamentos duradouros são melhores do que números.

E, para facilitar a utilização do sistema de CRM como uma ferramenta para ajudar a equipe de vendas a ter mais

resultado, aqui vão algumas dicas.

**Quer saber mais dicas de como manter um bom relacionamento e fortalecer sua empresa? Então confira os seguintes artigos:**

- [Como o atendimento ao cliente influencia no relacionamento](#)
- [Maneiras criativas para ficar conectado com o seu cliente](#)
- [Utilizando os relacionamentos como ferramenta de negócios](#)
- [O que fazer quando o relacionamento enfraquece?](#)

## **Achou que nossas dicas de como usar CRM tinham acabado?**

Ainda tem mais!

Depois de tudo o que você leu, o que você acha do CRM, vilão ou herói?

Não importa como você enxerga o CRM. O que importa é que ele pode ser um grande ativo de vendas.

Não é novidade para as empresas que vendas é sobre relacionamento e dedicação aos clientes.

Mas como utilizar CRM para conhecer o termômetro das negociações, não esquecer de cumprir as promessas que fazemos aos nossos clientes e, principalmente, não fazer com que o cliente se sinta passado pra trás depois da venda?

Como conseguir continuar conectado e comprometido com as necessidades dos clientes antes, durante e depois da venda com o uso de CRM?

**Confira nessa apresentação de slides** os benefícios do CRM para vendedores.

CRM: Como usar essa carta na manga para fechar mais vendas  
from Agendor Sistema de CRM Online