



Implantação de CRM: como ganhar a confiança de sua equipe nesse processo

Toda mudança implica em incertezas.

E apesar de um [software de CRM](#) ser uma excelente ferramenta de prospecção, vendas e fidelização de clientes, não se iluda: você terá que convencer sua equipe disso!

Por isso, preparamos um passo a passo em 10 etapas para você ter sucesso na implantação do CRM em seu negócio. Confira!

Veja também: [Como implementar CRM: evite os 7 erros mais comuns](#)

10 passos para implantação de CRM

com sucesso

Sua equipe comercial já trabalha o relacionamento com os clientes, a [venda consultiva](#) e [complexa](#)?

Antes de adotar uma ferramenta de CRM, lembre-se de ter certeza de que seus colaboradores já entendem a importância da gestão do relacionamento com os clientes e essas técnicas de vendas.

1- Adote uma cultura de CRM

O primeiro passo na implementação do CRM é desenvolver uma cultura de atendimento e satisfação do cliente.

Lembre-se que CRM não é um software, mas uma estratégia adotada pela empresa para conhecer melhor seus clientes, suas necessidades e problemas, para resolvê-los da melhor forma e satisfazê-los ao máximo.

Os softwares de CRM são apenas ferramentas que auxiliam a alcançar esse objetivo de conhecer, solucionar os problemas, satisfazer e fidelizar clientes.

2- Envolver os colaboradores no processo

Se sua empresa já tem essa cultura, será muito mais fácil fazer a implantação do CRM.

Mas não inicie o processo de cima para baixo, como uma imposição da diretoria.

Reúna um grupo de colaboradores, crie uma equipe para o projeto de implantação do CRM e faça-os perceber que suas opiniões são importantes.

Mostre que o objetivo é facilitar o trabalho de todos e trazer melhores resultados individuais e, é claro, para a empresa.

Quando as pessoas sentem que um projeto é “seu”, tendem a se engajar fortemente a ele e multiplicar essa atitude.



3- Defina o tipo de CRM que vão usar

A escolha do tipo de CRM envolve diversos pontos de análise.

Custo, escalabilidade, facilidade de uso, apoio do fornecedor e outros.

Hoje, os grandes CRMs do [mercado são SaaS](#) (Softwares as a Service), isto é, softwares disponibilizados pela nuvem, como um serviço pago por assinatura.

Isso apresenta diversas vantagens.

Além do CRM poder ser acessado pelos vendedores se onde estiverem, em alguns casos até por [apps no smartphone](#), o serviço é muito mais escalável.

Em caso de mudança no número de usuários, basta adequar seu pacote de serviços à necessidade real da empresa. Além disso, as atualizações do sistema são constantes e acontecem automaticamente para todos os usuários, sem cobrança adicional para usar as novas versões.

Veja mais: [Sua empresa está preparada para os benefícios do CRM SaaS?](#)

4- Divulgue a novidade para o resto da empresa

Depois de alinhar com a equipe do projeto de implantação do CRM qual o software a ser adotado, é hora de fazer um trabalho de [comunicação interna](#) e divulgar a novidade.

É fundamental que as pessoas se sintam confortáveis e não pressionadas pelo projeto.

Todo [processo de mudanças organizacionais](#) suscita dúvidas e receios. Por isso, crie materiais de comunicação que expliquem claramente tudo que vai acontecer.

Use redes sociais corporativas, como o Google para Empresas, ou outras ferramentas de comunicação interna, como o [Slack](#) e até um Grupo no WhatsApp. Isso pode ajudar bastante.

5- Defina um cronograma de implantação do CRM

Nada pode ser feito sem um planejamento. Defina etapas de implantação do CRM.

Você pode começar com um grupo menor de usuários, treiná-los e testar o sistema.

Colha feedbacks, analise os resultados e depois implemente o CRM para a equipe como um todo, já sabendo quais as dúvidas mais comuns, problemas que podem surgir e com o processo já mais alinhado e otimizado.

6- Faça treinamentos

Evidentemente uma das etapas desse cronograma será a de treinamento. Não jogue simplesmente um software de CRM nas mãos de sua equipe e espere que ela saia fazendo vendas.

Treine-os adequadamente para que se sintam seguros ao operá-lo.



7- Mostre os benefícios que serão gerados

“Venda” o sistema de CRM para sua equipe da mesma forma que o venderia para um cliente.

Comprove que ele trará benefícios para os vendedores e os

auxiliará a vender mais e bater suas metas.

Mostre cases de sucesso, depoimentos de usuários, traga alguém que usa o mesmo sistema para fazer uma palestra.

É fundamental que todos entendam que não se trata de uma “burocracia eletrônica”, mas que a implantação do CRM trará excelentes resultados.

Veja mais: [5 documentos para a implantação do CRM em uma empresa](#)

8- Defina claramente as rotinas operacionais

A implementação do CRM demanda o estabelecimento de regras claras.

Para começar, um bom programa de CRM permitirá, por exemplo, que você customize seu pipeline de vendas, conforme às características de seu negócio.

Estabeleça a maneira como seus vendedores vão entrar em contato com os clientes, se por telefone, e-mail, videoconferência ou visitas pessoais e como cada uma dessas abordagens acontecerá em cada etapa do funil de vendas.

O ideal é que todos os contatos com os clientes sejam documentados. Alguns vendedores preferem esperar o final do dia para fazer isso, outros fazem imediatamente após o contato (o que é melhor!).

Defina como seus vendedores vão fazer isso e como será o controle dessa tarefa. Evite pressioná-los sobre esse hábito.

Repetimos: “venda” o CRM como um benefício para a equipe, não como uma obrigação chata.

Se eles não acreditarem nisso, dificilmente a implantação do CRM dará certo.

Confira este infográfico que pode ajudar você a criar seu pipeline de vendas e mostrar para a equipe a importância de seguir a metodologia de CRM a risca:



9- Acompanhe de perto seus vendedores e preste auxílio

Da mesma forma que boas empresas usam [plataformas de atendimento ao cliente](#) para que eles usem adequadamente seus produtos e serviços e tirem dúvidas, seus vendedores vão precisar de um apoio quando começarem a usar o CRM.

É claro que se você optar por uma plataforma intuitiva e fácil de usar, esse esforço será menor.

Mas deixe sua equipe tranquila e confiante. Treine um multiplicador que será a referência para auxiliar quem tiver dúvidas. O pior que pode acontecer é seus vendedores terem receio de dizer que não entenderam bem como se faz isso ou aquilo.

Ofereça a elas um ponto de apoio na figura desse multiplicador.

10- Defina métricas, monitore os resultados e apresente os progressos a todos

Como em todo projeto, a implementação de um CRM precisa ser acompanhada por meio de indicadores de desempenho.

Em um sistema de CRM, aliás, é feito para fornecer essas métricas com facilidade, precisão e transparência.

Lembre-se que é um processo contínuo e que os resultados não surgirão do dia para a noite. Mas verifique como está o

progresso da implantação do CRM, analise os dados de vendas, ligações, visitas etc. e apresente os progressos à equipe.

Em caso de necessidade de aprimorar o processo, volte a envolver alguns membros de seu time na busca de soluções.

deixe claro que o CRM é uma ferramenta de auxílio e aprimoramento de vendas, não de cobrança imediatista de resultados.

Quer saber mais sobre CRM antes de implementá-lo em seu negócio? Então baixe nosso e-book gratuito: [Guia para o sucesso com CRM \[Nova Edição!\]](#)