



Saiba tudo que um software de CRM pode fazer por sua empresa

Um software de CRM pode ajudar muito na gestão de sua empresa, mas é preciso implementar também uma cultura de CRM.

Quem é empreendedor e precisa estar a par de todas as atividades de sua empresa tem uma rotina de trabalho muito corrida e cheia de compromissos.

Já há algum tempo a informática e a internet têm se mostrado aliadas importantes para os empresários.

A gestão de vendas e do relacionamento com o cliente, por

exemplo, tem se apoiado nos chamados [softwares de CRM](#) como uma **ferramenta importante na gestão da força de vendas**, com mensuração, acompanhamento e controle de resultados, além de facilitar e organizar os contatos com os clientes.

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 ☐

Mas a simples aquisição de um [sistema de CRM](#) não é a resposta para a melhoria de seu relacionamento com os clientes e consequente incremento nas vendas e na lucratividade.

É preciso que a empresa como um todo entenda o conceito por trás dessa abordagem e saiba como usar um software de CRM de vendas adequadamente, potencializando suas funcionalidades e alcançando os resultados desejados.

Antes de mostrarmos os benefícios e as funcionalidades mais necessárias a um bom “CRM software”, vamos falar um pouco do conceito de **Gestão do Relacionamento com o Cliente**, o que é CRM e um software de CRM e como funciona.

Isso deverá estar bem claro para toda sua equipe, tornando o uso do sistema de CRM mais assertivo e voltado para resultados.

Além do CRM, outras áreas da empresa podem se beneficiar de sistemas de informação: [Software de gestão para pequenas empresas – quais são as áreas onde devo investir?](#)

O que é CRM?

*CRM é um sigla que representa as palavras **Customer Relationship Management** que significam **Gestão do***

*relacionamento com o Cliente, em português. CRM é uma estratégia de gestão empresarial com **foco no cliente** e no **atendimento de suas necessidades**. Para isso, é preciso conhecê-lo profundamente, por meio de um contato constante para **ouvi-lo e mostrar que é ouvido**.*

Qual o objetivo do CRM?

*O objetivo do CRM é **conquistar novos clientes, aumentar o volume e o valor das compras** dos clientes atuais e **prolongar o período de seu relacionamento** com a empresa, **fidelizando-os**.*

O que é software de CRM?

*Um software de CRM é uma aplicação computacional que **automatiza as tarefas** necessárias para **conhecer, se comunicar, segmentar, negociar, fechar vendas** e outras, criando um sistema de dados integrados que permite **fazer análises, tomar decisões de marketing e de vendas** e gerenciar todos esses processos com base em dados atualizados, **fáceis de encontrar e confiáveis**.*

Como funciona um software de CRM?

*O software de CRM funciona a partir da **entrada de dados relevantes** em um **sistema integrado** por parte das equipes envolvidas. Isso permite ter sempre à mão as **informações necessárias para atingir os objetivos** de conquistar e fidelizar clientes, planejar ações de marketing e vendas, gerenciar a equipe e também os negócios em andamento.*

Agora que você entendeu os principais conceitos ligados ao CRM e a um *Customer Relationship Management* software, entenda a importância de uma cultura de CRM na empresa para quem deseja usar um programa de CRM em seu negócio.

Um software de CRM precisa de uma “cultura de CRM”

O que queremos dizer com cultura de CRM na empresa é a necessidade de quebrar um antigo paradigma que ainda se mantém firme em muitas organizações: **o foco no produto (ou serviço, se for o caso)**.



Implementar uma cultura de CRM significa ter o cliente no centro das atenções.

Durante muito tempo houve um esforço enorme nas empresas para desenvolver produtos e serviços perfeitos. Sempre cheios de características, atributos e benefícios. E, mais que isso, que fossem produzidos com eficiência e baixo custo.

Com o tempo, essa obsessão por processos de produção mais eficientes e produtos cada vez mais sofisticados acabou por se deslocar de seu objetivo principal.

E qual seria esse objetivo?

O objetivo deveria ser atender aos desejos e necessidades do cliente.

Assim, os produtos e serviços tinham muitas funcionalidades, mas poucas delas interessavam aos consumidores. Os processos eram ágeis e econômicos, mas a entrega não satisfazia aos desejos do público.

Por isso, **o conceito de CRM busca “reintegrar” o cliente no processo produtivo**, transformando-o no foco de atenção da **cadeia de valor**.

Para isso, é fundamental que a empresa incorpore uma cultura de CRM

O que deve buscar uma cultura de CRM?

Essa cultura que precisa estar clara para todos os colaboradores de sua empresa antes da implantação de qualquer software de CRM é focada em uma estratégia que busca:

- Entender o cliente e seus desejos
- Antecipar suas necessidades
- Oferecer as soluções para esses desejos e necessidades
- Surpreendê-lo positivamente ao notar que você o “conhece bem”
- Fidelizar esses clientes, repetindo este processo de satisfação constante de seus desejos e necessidades.

Neste contexto, o software de CRM de vendas será uma ferramenta de grande importância na coleta das informações e no seu uso adequado. Mas nada disso surtirá efeito sem o entendimento pleno de como funciona esse **processo de Gestão do Relacionamento do Cliente**, com o objetivo de fidelizá-lo.

Mas, o que é, afinal, fidelizar clientes?

Cabe ressaltar que fidelização de clientes vai muito além de programas de milhagem ou o uso de cartões que acumulam pontos e dão prêmios ao longo do tempo.

Fidelizar significa ganhar a preferência do consumidor exatamente por estar sempre se antecipando a seus desejos e oferecendo:

- *A oferta certa*
- *Para o cliente certo*
- *Na hora certa*



CRM não é bola de cristal, mas pode prever os desejos dos clientes para surpreendê-los!

Fica claro mais uma vez como a informática e a agilidade de

comunicação proporcionada pela internet podem ajudar muito nesta tarefa, principalmente se sua empresa fizer a escolha correta de um bom sistema de CRM.

Por fim, antes de falarmos das funcionalidades ideais de um “CRM software”, vamos dar uma definição resumida do conceito de Gestão do Relacionamento com o Cliente:

*CRM (Customer Relationship Management, do inglês) é uma estratégia de gestão que elege **o cliente como ponto focal dos esforços da empresa** e de seus processos. O objetivo é **antecipar as necessidades** dos clientes para **atendê-los de forma surpreendente e da melhor maneira possível**.*

Um sistema de CRM precisa se adaptar a dispositivos móveis? Confira neste artigo: [Funcionalidades essenciais em um aplicativo de vendas para celular](#)

Principais funcionalidades de um bom software de CRM

Vamos passar os benefícios fundamentais que sistemas de CRM podem trazer a sua empresa. Lembre-se que a maneira de usá-los é que vai trazer os resultados!

1. Cadastro de clientes completo e confiável

Vamos combinar que isso já será um grande progresso em relação a planilhas complicadas, de difícil atualização e passíveis de muitos erros e confusões.

Tudo isso centralizado e podendo ser acessado de qualquer lugar via web ou por dispositivos móveis, sua equipe vai adorar!

Veja como o CRM de vendas Agendor ajuda sua empresa a fazer isso:

Veja mais: [A importância do cadastro de clientes: veja 4 motivos para manter um cadastro perfeito!](#)

2. Controle da força de vendas e de resultados

Seu time está no rumo certo? Com um bom software de CRM será possível acompanhar:

- os passos de sua equipe;
- que clientes foram visitados;
- o que foi ofertado;
- quais os próximos passos.

E muitas outras informações importantes para a gestão de vendas.

Além disso, com um aplicativo de CRM você terá informações precisas do desempenho de cada vendedor e da equipe como um todo, por meio de relatórios como estes:



3. Trabalhar com um funil de vendas estruturado

O [funil de vendas](#) é uma ferramenta que vem cada vez mais sendo usado nas empresas, mas por que não fazer isso de forma ágil e clara com o auxílio da informática?

Sabendo exatamente em que parte do funil seus clientes se encontram, será muito mais fácil definir tarefas e táticas para sua equipe.

Veja como gerenciar o funil de vendas com o program de CRM Agendor:

4. Aplicativo no celular

Se o objetivo do software de CRM é **colher e prover informações relevantes e confiáveis** para quem precisa tomar decisões de marketing e vendas, nada mais útil que elas estejam disponíveis onde e quando os colaboradores precisarem.

Por isso, contar com um app de CRM no celular é uma importante funcionalidade.

O Agendor proporciona isso a seus clientes, veja algumas das telas do app no celular:



5. Ter um histórico de relacionamento com os clientes

É muito importante saber tudo que aconteceu com seus clientes ao longo dos anos.

E isso só será possível com o auxílio de **informações precisas e detalhadas**, armazenadas de forma segura e confiável em um sistema de informações que possa ser acessado a qualquer momento.

Assim, os vendedores e atendentes sempre terão as informações necessárias para entrar em contato com os clientes e demonstrar que os conhecem muito bem.

No Agendor, é muito fácil trabalhar com históricos, veja como:

6. Relatório de métricas

Saber se as metas estão sendo atingidas é outro ponto fundamental em um aplicativo de CRM. Afinal, como saber se as ações de marketing e vendas estão atingindo os objetivos desejados pela empresa?

Com mais essa possibilidade de **relatórios gerenciais** fica fácil corrigir ações em andamento, **reconhecer o desempenho de vendedores**, premiar os melhores desempenhos e orientar aqueles que não se saíram tão bem.

Veja como o software CRM de vendas Agendor apresenta um desses relatórios:



7. Facilidade de follow-up

Avisos e alertas podem ser programados para que os vendedores estejam atentos aos retornos que tem que dar aos clientes e as melhores datas para tentar agendar novas visitas e outros compromissos.

Veja mais dicas de follow-up neste vídeo do Kesley Henrique:

Leia também: [Dicas para follow up de vendas e como o CRM pode ajudar](#)

8. Calendário de atividades

Fazer o controle de suas tarefas e atividades por meio de uma caixa de entrada de e-mails não é nada produtivo nem eficiente.

Mesmo listas de tarefas acabam ficando complexas e longas. Nesse contexto, poder **visualizar seus compromissos na forma de um calendário** torna o gerenciamento de sua agenda muito mais intuitivo.

Assim, conforme marca visitas, o envio de propostas, o retorno de e-mails e outras tarefas, elas automaticamente são enviadas para o calendário de atividades.

Dê uma olhada como é fácil consultá-lo no Agendor:



Como você viu, unindo uma boa estratégia de relacionamento com os clientes a um software adequado, os resultados de sua empresa podem ser extremamente beneficiados.

Este artigo poderá ajudá-lo a escolher um Software de CRM de vendas adequado: [Saiba como escolher o sistema de controle de vendas ideal para sua empresa](#)

Você sabe como usar um programa de CRM? Porque é preciso conhecer em detalhes seu funcionamento para tirar o melhor de um aplicativo CRM.

Por isso, que tal baixar nosso e-book gratuito que traz todas as dicas de como usar um CRM e suas funcionalidades?

Baixe agora: [\[Nova edição do ebook\] Guia para o sucesso com CRM](#)