



**S4R** SOLUTIONS  
FOR RESULTS



# GUIA CRM:

Como escolher a  
ferramenta ideal?



**Melhorar o relacionamento com os clientes é um ótimo caminho para o sucesso. Mas não basta simpatia e boa vontade para alcançar esse objetivo. Também é fundamental que haja um conhecimento da postura do público-alvo ao se relacionar com o seu negócio. E para isso se tornar realidade vale a pena escolher o CRM ideal.**

**Ou seja, contar com um sistema que permita a sua empresa ter um bom relacionamento com o consumidor a partir da coleta e análise de dados, como ticket médio, produtos mais comprados, periodicidade que frequenta a loja etc. Esteja certo de que, ao conhecer melhor os seus clientes, as chances de aumentar suas vendas vão crescer exponencialmente.**

# RECURSOS MANDATÓRIOS QUE UM CRM IDEAL DEVE OFERTAR



Para escolher o CRM ideal, o primeiro passo é ficar informado sobre os recursos oferecidos por essa ferramenta. Assim, as chances de aproveitar o potencial dela crescem consideravelmente.

Pensando nisso, vamos detalhar algumas funcionalidades importantes para você utilizar esse sistema com eficiência!

## Integração

O CRM ideal conversa com diversos setores de uma organização. Isso é essencial para a tomada de decisão ser feita dentro das melhores práticas.

Não adianta fazer uma promoção com base apenas nas expectativas dos clientes, porque é necessário verificar se a empresa está preparada para suportar a demanda.

Por isso, é muito importante que esse sistema esteja integrado com outros segmentos da organização.



## Formato SaaS

A computação em nuvem é uma tecnologia cada vez mais relevante para o mundo corporativo. Um dos motivos é que permite aos funcionários o acesso a informações de qualquer lugar, onde haja conexão à internet.

E isso proporciona mais mobilidade e condições de interagir com o público-alvo, fatores cruciais para prestar um atendimento mais ágil.

## Multicanal

O CRM ideal é aquele que possibilita uma empresa interagir com os consumidores por meio de diversos canais, como:

- E-mail;
- Redes sociais;
- Chat ao vivo;
- Telefone;
- Formulários web;
- Portais de autoatendimento.

É muito relevante que haja um padrão de atendimento em todas as formas de contato com os consumidores, pois é o melhor caminho para expandir as vendas, a carteira de clientes e o nível de fidelização.

Com os dados sendo administrados e analisados

com maestria, atingir essas metas se torna bem mais viável.

### Armazenamento de dados

À medida que uma companhia tem mais condições de coletar e armazenar informações, maiores são as chances de utilizar os dados de forma estratégica.

Esse aspecto mostra como é fundamental contar com um CRM que tenha capacidade de guardar um grande volume de informações sobre o comportamento e as preferências do público-alvo.



## Segurança

O foco em segurança da informação passou a ser uma iniciativa imprescindível para as empresas na conjuntura atual. Com a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), uma companhia pode ser multada em até R\$ 50 milhões ou 2% do faturamento bruto.

Para evitar essa situação, vale a pena contar com o CRM ideal, ou seja, com uma ferramenta que minimize os riscos de roubo de dados e de acessos indevidos. Proteger as informações dos clientes é essencial também para conquistar a confiança e atingir uma posição de destaque no mercado.



## Personalização

Ao optar por um CRM, vale a pena levar em consideração uma ferramenta que propicie organizar os dados, de acordo com as necessidades de sua empresa. Assim, é possível ter um acesso mais simples às informações estratégicas e definir metas com base na conjuntura atual e no potencial de atrair os clientes.

A facilidade de adequar o sistema às prioridades corporativas é um aspecto que deve ser analisado com muita atenção, porque influencia na capacidade de um software colaborar para melhorar o desempenho da equipe e o relacionamento com os consumidores.

## Acessibilidade

Ter acesso às informações corporativas com rapidez, praticidade e segurança é interessante para uma empresa tomar decisões com mais assertividade e dinamismo. Em virtude disso, é necessário optar por um CRM que possibilite utilizar os dados em qualquer lugar com conexão à rede mundial de computadores.

Também é importante que haja um controle de permissões de acesso. Dependendo do cenário, há informações que devem ter o acesso restrito por questões de estratégia e de segurança corporativa.

Dessa forma, uma companhia pode identificar os pontos a serem aperfeiçoados com mais facilidade e adotar ações com foco na melhoria contínua.

## **Período de trial**

É necessário ter segurança para escolher o CRM ideal, porque um equívoco pode trazer perda de clientes e quedas significativas no faturamento. Por isso, um bom caminho para tomar a decisão certa é optar pelo período de testes.

Com essa iniciativa, torna-se mais simples verificar se o sistema contém as funcionalidades indicadas para coletar informações dos clientes com precisão. Também é importante verificar se o software apresenta um elevado grau de usabilidade, o que é essencial para os funcionários terem facilidade em utilizar a ferramenta.

A partir das informações obtidas no período de trial, uma empresa tem condições de avaliar qual o CRM está mais próximo da demanda. Por isso, os testes precisam ser feitos com bastante prudência e atenção.

## **Relatórios**

Um CRM ideal deve, em primeiro lugar, oferecer condições para criar relatórios customizados, em que os parâmetros possam ser desenvolvidos de acordo com as demandas do seu negócio. Outro aspecto importante é que os funcionários mantenham as informações do sistema sempre atualizadas.

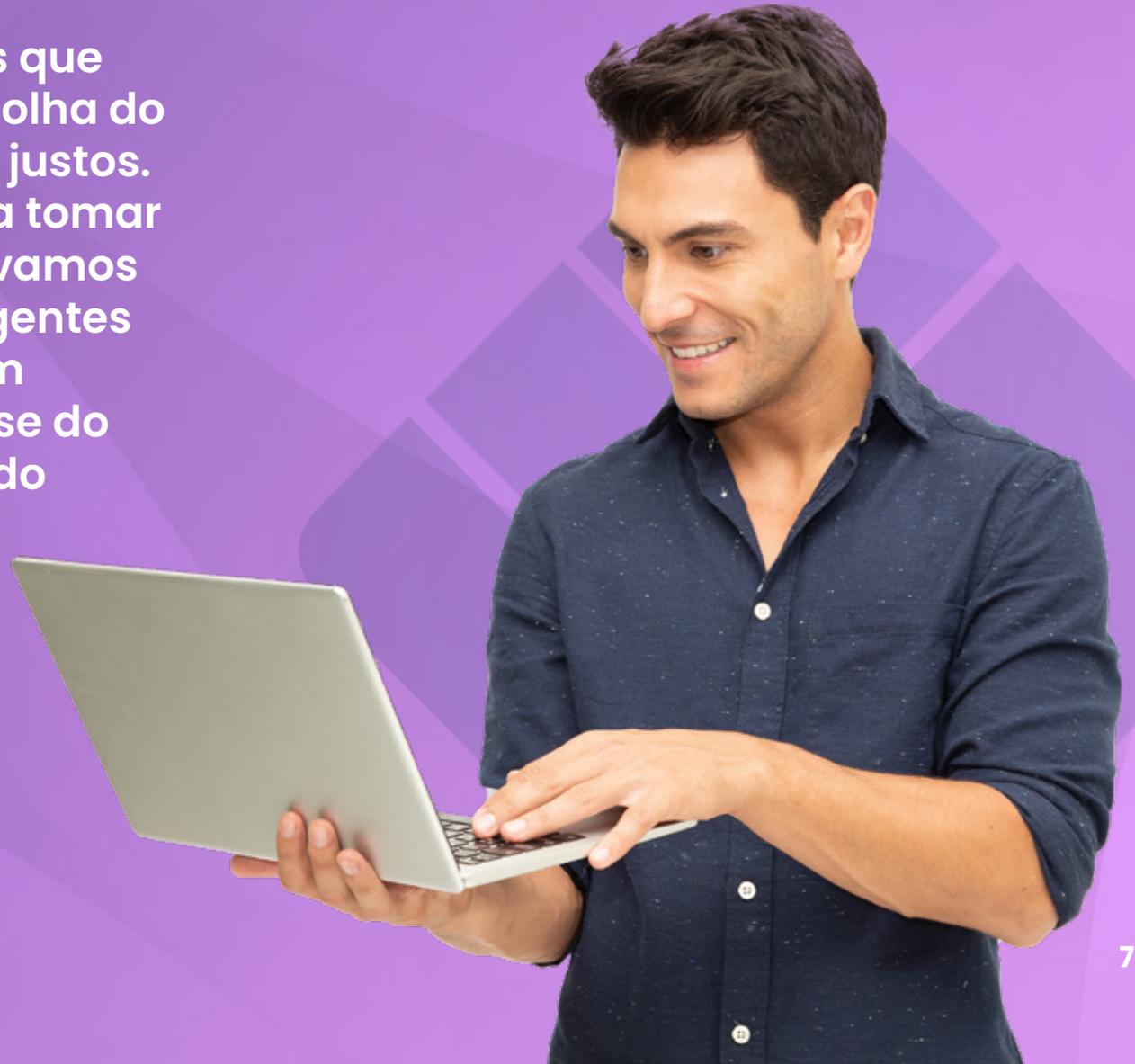
Isso é fundamental para a geração de relatórios que apresentem informações claras e precisas sobre o comportamento dos consumidores e das vendas.





## COMO ESCOLHER O CRM IDEAL?

Há uma série de procedimentos que devem ser adotados para a escolha do CRM ser feita seguindo critérios justos. Com o objetivo de ajudar você a tomar uma decisão mais consciente, vamos detalhar cinco iniciativas inteligentes para o seu negócio optar por um sistema que contribua na análise do comportamento dos clientes e do mercado



## 1. Monte sua estratégia

É necessário analisar as estratégias disponíveis para decidir qual é o CRM ideal para uma empresa. Afinal, essa escolha precisa ser feita com uma visão crítica e bastante com senso.

Nesse sentido, é recomendado que sejam realizadas reuniões para estabelecer as ações a serem efetivadas para verificar o software mais adequado para interagir e analisar a postura dos consumidores.

A participação de diversas áreas – comercial, vendas, TI, entre outras – é muito importante nesse processo. À medida que uma companhia adota um debate maduro e rico em ideias, mais simples se torna o processo para montar uma estratégia inteligente.

## 2. Planeje a estratégia

Com ideias devidamente formuladas e discutidas, o momento é de planejar a estratégia para a escolha do CRM ideal. Em outras palavras, o foco deve estar em não apenas listar as atividades a serem executadas, mas também em definir como elas serão realizadas para atingir o objetivo específico.

É necessário que os procedimentos para a decidir sobre o CRM mais indicado estejam claros para todos os envolvidos nesse processo. Uma boa

comunicação faz toda a diferença na hora de estruturar os trabalhos.

Se todos compreenderem o seu papel no processo, o planejamento e a execução da estratégia se tornam atividades mais simples de serem feitas com maestria. E isso, inegavelmente, ajuda a tomar uma decisão mais consciente e adequada ao cenário em que vive uma companhia.



### 3. Estabeleça critérios

Uma alternativa interessante para não perder o foco ao optar pelo CRM ideal consiste no estabelecimento de critérios para analisar as ferramentas. Não adianta apenas contar com um planejamento em que estão previstas as atividades para analisar as melhores soluções do mercado.

Também é muito importante que sejam adotados critérios claros e objetivos sobre os aspectos vitais para escolher a ferramenta mais indicada para o seu negócio. Os tipos de funcionalidade, a capacidade de coletar dados e a possibilidade de usar multicanais de contato são alguns dos fatores que podem ser levados em consideração ao tomar uma decisão.

### 4. Priorize a experiência do cliente

Um bom CRM precisa proporcionar aos consumidores uma experiência rica e agradável. Ou seja, deve ser uma ferramenta vital para oferecer um atendimento personalizado e diferenciado, o que colabora bastante para a fidelização.

Uma empresa tem que buscar sempre soluções que facilitem a vida dos clientes, porque esse é o melhor caminho para expandir as vendas em um curto prazo. E para isso se tornar uma realidade é válido contar com uma ferramenta multicanal, em que a interação seja padronizada e de alto nível.



Dessa maneira, é possível cativar o público-alvo e mostrar que a companhia não está disposta apenas a oferecer produtos e serviços, mas também proporcionar uma experiência única e de inestimável valor. Essa postura, sem dúvida, contribui bastante para uma organização consolidar uma posição de prestígio no mercado.

## 5. Teste o CRM

Não é simples decidir sobre o CRM ideal para uma companhia, porque se trata de uma ação que terá um grande impacto nos resultados no futuro. Para elevar as chances de fazer a escolha certa, a recomendação é fazer testes nos sistemas que mais interessaram aos gestores.

Assim, é viável conhecer as funcionalidades, os pontos fortes e os aspectos que não corresponderam às expectativas. Esses aspectos precisam ser avaliados, com bastante critério, para verificar qual a solução é a mais indicada no

momento.

É interessante que seja definido um período de testes junto com cada fornecedor e que haja um suporte adequado para tirar eventuais dúvidas. Quanto mais informações colhidas sobre as ferramentas, maiores são as probabilidades de tomar a melhor decisão.

Com um bom CRM, uma empresa tem muito mais chances de se manter competitiva e conectada com as preferências do público-alvo.



# LISTA DE PERGUNTAS IDEIAS PARA SEREM FEITAS AO ESCOLHER UMA SOLUÇÃO CRM

Já foram abordados diversos procedimentos para definir qual o CRM pode ser o mais recomendado para uma companhia. Por outro lado, é válido mostrar alternativas para facilitar a escolha.

Pensando nisso, vamos apresentar alguns questionamentos que podem ser feitos durante o processo de contratação de uma ferramenta voltada para a interação e análise do comportamento do público-alvo. Acompanhe:



- O software permite a integração de dados entre diversos setores de uma empresa?
- A ferramenta tem recursos de computação em nuvem, que permitem o acesso às informações de qualquer local com acesso à web?
- Que procedimentos de segurança da informação são adotados pela plataforma?
- A solução permite o uso de relatórios personalizados, ou seja, formatados de acordo com a necessidade da companhia?
- Quais são as funcionalidades adotadas pelo sistema?
- É possível inserir novos recursos de acordo com a demanda?
- O software permite um contato multicanal com os clientes?
- O sistema conta com relatórios que podem ser personalizados?
- É possível fazer testes para verificar o nível de usabilidade da ferramenta?

Com essas perguntas devidamente respondidas, fica mais simples escolher o CRM ideal para a sua empresa.

# MICROSOFT DYNAMICS: O MELHOR CRM DO MERCADO!

É uma solução que conta com diversos recursos para as companhias terem uma maior produtividade. Além disso, colabora para todos os setores estarem mais integrados, o que é essencial para a troca de informações ser mais eficiente. Isso viabiliza melhorar o fluxo dos processos e a qualidade dos serviços.

Considerado o melhor CRM do mercado, essa ferramenta apresenta uma série de funcionalidades, como:

- Vendas e Marketing Inteligentes (foco em cultivar mais leads e personalizar a experiência dos consumidores);
- SAC Proativo (qualifique a abordagem da equipe e ofereça um atendimento personalizado em multicanais);
- Serviço de Campo Conectado (detecte problemas com facilidade e adote a manutenção preventiva);
- Operações e Finanças Modernas (reúna processos para otimizar operações e eleve o rendimento financeiro);
- Comércio Conectado (Centralize o merchandising, o estoque e o abastecimento).

São diversos recursos que comprovam que o Microsoft Dynamics tem plenas condições de ser o CRM ideal para organizações de diferentes segmentos e tamanhos.



# CONHEÇA A S4R, A EMPRESA QUE TORNA O SEU DIA A DIA MAIS PRODUTIVO!

Com uma análise detalhada das funcionalidades, uma companhia cria um ambiente favorável para escolher o CRM que será capaz de contemplar a demanda de maneira integral. Em um cenário de alta competitividade, é muito relevante contar com recursos tecnológicos de ponta para oferecer um serviço diferenciado.

E uma forma de atingir esse objetivo é contar com o suporte qualificado da S4R, uma das principais parceiras da Microsoft para homologar o Dynamics. Assim, uma empresa tem mais condições de explorar os recursos do CRM ideal com inteligência.



**S4R** SOLUTIONS  
FOR RESULTS

**Se está em busca de soluções  
estratégicas para o seu negócio,  
entre em contato conosco agora  
mesmo! Afinal, a tecnologia é  
peça-chave para o sucesso!**

