



Foto de Gustavo Fring no Pexels

EFETIVIDADE

CINCO MOTIVOS PELOS QUAIS SEU NEGÓCIO PRECISA DE UM CRM



A pressão para ser tudo para seus clientes e fornecer experiências excepcionais a todo momento nunca foi tão grande. O quão rápido você responde aos desejos de seus clientes e sua habilidade de se engajar com eles através de uma miríade de canais – tudo isso enquanto você ainda antecipa as necessidades deles antes mesmo deles pedirem – ajuda a colocar você em uma posição de destaque frente aos seus concorrentes.

Rodrigo Mesquita (*)

Se você está pensando que existe espaço para seu negócio melhorar nesses aspectos, existe uma grande chance de você não ter (ou não usar) um bom sistema de gerenciamento de relacionamento com clientes (CRM no inglês, Customer Relationship Management). Um bom CRM pode ajudar você a atingir tudo isso, e muito mais! De fato, de acordo com o relatório State of CRM Data Quality da Validity, 86% dos participantes afirmaram que o sistema de CRM é muito importante para atingir os resultados do negócio.

Estes mesmos participantes também concordam que um CRM efetivo é crítico para ajudar seus times de vendas a atingir seus objetivos. E mais: somente 35% dos entrevistados dizem estar satisfeitos com sua taxa de conversão de lead para cliente. Garantir uma previsão de vendas certa e entregar altas taxas de conversão são duas das funções mais importantes de um CRM, então se você não está atingindo isto, é possível que seu CRM esteja falhando. Aqui listo cinco sinais de que seu CRM pode não estar ajudando seu negócio.

1 Você não entende seus clientes de verdade – O quanto você conhece sobre seus clientes? Você sabe do que eles gostam, com o que eles se importam e quantas vezes eles já tiveram contato com seu negócio no passado? De acordo com uma pesquisa global feita pela Salesforce, 76% dos clientes dizem ser mais fácil do que nunca fazer negócios com outros – ou seja, mudar de marca/fornecedor o quanto quiser até suas expectativas serem atendidas.

Então como você pode garantir que está atendendo as expectativas dos clientes para que eles não corram para seus competidores? Tendo informações importantes sobre seus clientes de forma acessível, você pode customizar a experiência de cliente deles baseada em interesses, necessidade e comportamentos específicos.

Um CRM permite a você capturar essas informações de forma correta e utilizá-las para prover um serviço customizado que aumentará a confiança e lealdade do seu cliente em sua marca. Tão importante quanto ter informações corretas no seu CRM, também é preciso ter informações completas – quanto mais informações sobre seu cliente você puder coletar e armazenar no seu CRM, melhor o entendimento que você terá sobre as necessidades específicas dele.

Manter seus clientes felizes (e mantê-los seus clientes, ponto final) pode melhorar diretamente sua receita – alguns estudos mostram que aumentar sua taxa de retenção em somente 5% pode aumentar seus resultados entre 25% e 95%. Isso deveria ser motivo suficiente para você fazer tudo o que for possível para manter seus clientes satisfeitos.

2 Você tem dificuldade em encontrar informações que precisa sobre um cliente – Já precisou responder para um cliente sobre um processo de venda, ou talvez responder algum pedido dele, mas não conseguiu encontrar as informações dele que você precisava? Não ter essa informação disponível pode ser decisivo entre uma grande venda ou um cliente perdido.

Um CRM permite que você mantenha todos os detalhes sobre um cliente no mesmo local, fazendo que eles possam ser acessados em tempo real. Dessa forma toda interação que você tiver com um cliente será bem embasada, como o histórico de compras, idade, onde ele vive, etc. Todas essas informações podem ser usadas para ajudar a direcionar seu engajamento com o cliente e você poderá atender às necessidades específicas dele.

3 Seu atendimento a clientes não está à altura – Você já teve que receber uma enxurrada de reclamações de clientes insatisfeitos anteriormente tipo pessoas que não tiveram uma

resposta rápida para seu pedido, ou mesmo foram respondidos com uma informação errada?

Da mesma forma que é possível que seu time de atendimento aos clientes pisou na bola nessa situação, também é possível que eles não tinham as informações suficientes para responder de forma rápida e/ou correta, ou seja, para fornecer um atendimento de alta qualidade. Um CRM bem gerenciado garante que o time de atendimento sempre tem toda a informação necessária para fornecer um serviço completo e eficiente, prevenindo um fluxo imenso de reclamações no futuro.

4 Seu time de vendas gasta muito tempo fazendo tarefas básicas – Seu time de vendas representa um dos maiores investimentos do seu negócio. Eles são a máquina que gera vendas e cria relacionamentos saudáveis com clientes. Mas é frustrante saber que muitos vendedores gastam um bom tempo do seu dia fazendo tarefas básicas e administrativas ao invés de estar vendendo efetivamente.

Um bom CRM pode ajudar a automatizar várias dessas tarefas administrativas, liberando seu time de vendas para fazer o que realmente importa: vender! Esse mesmo CRM também garante que dados de clientes estão instantaneamente disponíveis para o time todo, não somente um vendedor, o que ajuda muito a empresa em casos de mudanças no time, como alteração de territórios, verticais ou até mesmo pessoas saindo da empresa.

Ben McCarthy, mais conhecido pelo seu blog Salesforce Ben, diz que existem três pilares que levam ao sucesso de um CRM: adoção, qualidade de dados e produtividade. Esses três princípios são inseparáveis e influenciam diretamente um ao outro. Por exemplo, se a qualidade de dados for ruim e não confiável, seu time de vendas ficará menos propenso a usar o sistema (adoção) e isso trará efeitos negativos na produtividade como um todo.

Existem muitos CRMs, então soluções terceiras para vendas estão disponíveis para fazer o CRM mais amigável e efetivo para times de vendas. Existem ferramentas para melhorar o gerenciamento de pipeline, aumentar a acuracidade na previsão de vendas, e até destacar oportunidades de alto valor. O Demand Tools da Validity é uma dessas soluções.

5 Sua análise de dados está te deixando na mão – Ter dados de clientes armazenados em diferentes locais, assim como dados incompletos e/ou desatualizados, significa que você não será capaz de tirar as melhores ideias de um processo de análise de dados.

Um CRM ajuda você a armazenar e monitorar os dados de forma centralizada, além de fornecer funções analíticas sofisticadas que você pode aplicar aos seus dados de clientes para identificar padrões de sucesso entre atividades específicas de vendas e perfis de clientes. Essas análises preditivas podem então suportar decisões de negócios e identificar novas oportunidades, assim como aumentar as vendas.

É óbvio que investir em um CRM é apenas o começo. Garantir que todo mundo adote o sistema sempre será um grande desafio. Para fazer isso, é essencial que os usuários extraiam valor da solução e confiem nos resultados gerados por ela.

Um grande obstáculo para isso é a baixa qualidade de dados, então investir em uma solução de terceiros para tirar melhor proveito dos dados de seus clientes será com certeza um dinheiro bem investido.

(*) - É Diretor de Customer Success LATAM, Validity.

