

Os benefícios do CRM: como maximizar vendas e relacionamentos empresariais

Danilo Superbi (*)

O mundo dos negócios está em constante evolução, e a gestão de relacionamento com o cliente (CRM) se tornou uma das principais ferramentas para empresas que buscam otimizar suas vendas e estratégias de marketing

O CRM, ou Customer Relationship Management, utiliza táticas de negócios e suporte tecnológico para antecipar desejos e necessidades dos clientes, aumentando as vendas e captando novos clientes.

De acordo com um estudo realizado pela GoDaddy em parceria com o Sebrae-SP em 2023, 65% das micro e pequenas empresas afirmaram utilizar uma ferramenta de gerenciamento de relacionamento com o cliente (CRM) para organizar e acompanhar as interações com os clientes, a segunda maior porcentagem depois da Índia, que alcançou 74%.

Em sua essência, um sistema de CRM é capaz de armazenar e organizar dados relevantes sobre os clientes, como nome, telefone, endereço, preferências e últimos contatos. Essas informações são essenciais para que as empresas possam fortalecer o relacionamento com os clientes e personalizar suas abordagens de vendas e marketing. No entanto, o CRM vai além de um simples banco de dados.

Ele é uma ferramenta que permite automatizar processos, controlar a jornada do cliente e garantir a eficiência das etapas do funil de vendas. Ao registrar cada interação com o cliente, desde o primeiro contato até a conclusão da venda, o CRM fornece uma visão completa do histórico de relacionamento, permitindo que as equipes de vendas acompanhem o progresso de cada negociação e identifiquem oportunidades de fechamento.

Além disso, o CRM também desempenha um papel fundamental na integração entre as equipes de vendas e marketing. Ao compartilhar informações em tempo real, as equipes podem alinhar suas estratégias e garantir que os leads sejam nutridos de forma adequada, aumentando as chances de conversão. A automação de procedimentos de marketing digital, como o envio de e-mails personalizados ou o agendamento de follow-ups, também é facilitada

pelo CRM, permitindo que as empresas atraiam e retenham clientes de maneira mais eficiente.

Investir em um sistema de CRM traz inúmeras vantagens para as empresas. Uma delas é a melhoria na experiência do cliente. Com acesso a um histórico completo de interações, as equipes de atendimento podem oferecer um suporte mais personalizado e eficiente, atendendo às necessidades dos clientes de maneira ágil e assertiva. Isso fortalece o relacionamento com o cliente, aumentando as chances de fidelização e recomendação da marca.

Aumentar a produtividade das equipes de vendas é outra vantagem proporcionada pelo CRM. Ao automatizar tarefas repetitivas, como o preenchimento de planilhas ou o envio de propostas, o CRM permite que os vendedores foquem em atividades de alto valor, como o fechamento de negócios e a construção de relacionamentos duradouros. Com um pipeline de vendas bem estruturado, as equipes também podem identificar gargalos e oportunidades de melhoria, otimizando seus processos e impulsionando os resultados.

A escolha da solução de CRM ideal para o negócio é um passo crucial. É importante definir objetivos claros, analisar o custo-benefício e considerar as funcionalidades específicas que atendam às necessidades da empresa. Existem diversas opções no mercado, como Ploomes, Salesforce, Agendor, RD Station CRM, Snov.io e Piperun, cada uma com suas particularidades e vantagens. A consulta a especialistas e a realização de testes ou demos também podem ser úteis para tomar uma decisão informada.

Em resumo, a implementação de um sistema de CRM adequado é essencial para qualquer empresa que deseja melhorar a experiência do cliente, aumentar a eficiência de suas equipes de vendas e marketing e impulsionar seus resultados. O CRM não é apenas uma ferramenta tecnológica, mas uma filosofia de negócios que coloca o cliente no centro de todas as estratégias.

Ao investir em um CRM robusto e alinhado com suas necessidades, as empresas estarão preparadas para enfrentar os desafios do mercado e construir relacionamentos duradouros com seus clientes.

(*) - É CEO da DASS Consultoria (<https://dassconsultoria.com.br>).

Plano Real: 30 anos e um marco na estabilização econômica

Em 1º de julho de 1994, o Brasil vivia um momento histórico com a implementação do Plano Real. Trinta anos depois, considero essencial refletir sobre os impactos e a importância dessa iniciativa que transformou a economia brasileira, controlando a hiperinflação e estabilizando o país

Hugo Garbe (*)

Nos anos que antecederam o Plano Real, o Brasil enfrentava uma inflação galopante. Em 1993, a inflação anual chegou a 2.477%, corroendo o poder de compra da população e gerando instabilidade econômica. Planos econômicos anteriores, como o Cruzado e o Collor, falharam em conter a escalada dos preços, deixando a população descrente nas soluções propostas pelo governo.

O Plano Real, concebido por uma equipe econômica liderada por Fernando Henrique Cardoso, então ministro da Fazenda, e pelo economista Gustavo Franco, propunha uma abordagem inovadora, sendo implementado em etapas, começando com a criação da Unidade Real de Valor (URV), uma moeda virtual que ajustava diariamente os preços, salários e contratos, preparando o terreno para a introdução do Real, a nova moeda brasileira.

A transição ocorreu em um ambiente de medidas fiscais rigorosas e de reformas estruturais que visavam equilibrar as contas públicas. O plano incluía o controle do déficit público,



Renanvaldo - GANVA

a abertura econômica e a privatização de empresas estatais, além de medidas para aumentar a competitividade da economia brasileira.

A introdução do Real trouxe resultados imediatos e significativos. A inflação caiu, estabilizando-se em níveis de um dígito nos anos subsequentes. A confiança na moeda foi restabelecida, e o Brasil começou a atrair investimentos externos, impulsionando o crescimento econômico. O Plano Real não apenas estabilizou a economia, mas também teve um impacto profundo na vida dos brasileiros.

A estabilidade de preços permitiu um planejamento financeiro mais seguro, facilitando o acesso ao crédito e à compra de bens

duráveis. A população, antes acostumada a conviver com a incerteza econômica, pôde experimentar um período de previsibilidade e crescimento. Apesar dos sucessos, o Plano Real enfrentou desafios e críticas. A valorização do Real, especialmente nos primeiros anos, dificultou a competitividade das exportações brasileiras, impactando alguns setores da economia.

Além disso, a abertura econômica expôs empresas nacionais a uma concorrência externa intensa, exigindo adaptações rápidas e muitas vezes dolorosas. Reconheço, no entanto, que o plano não resolveu problemas estruturais da economia brasileira, como a desigualdade social e a dependência de commodities.

A estabilização econômica foi um passo crucial, mas desafios como a reforma tributária e a modernização do sistema educacional e de saúde ainda permanecem. Trinta anos depois, vejo o Plano Real como um marco na história econômica do Brasil. Ele demonstrou que, com políticas econômicas bem planejadas e executadas, é possível superar crises profundas e estabilizar uma economia em colapso.

O plano não apenas trouxe estabilidade, mas também inspirou uma nova era de políticas econômicas mais responsáveis e transparentes. Hoje, ao celebrarmos três décadas do Plano Real, é importante lembrar das lições aprendidas e dos desafios que ainda enfrentamos. A estabilidade econômica é um pré-requisito para o desenvolvimento, mas deve ser acompanhada de políticas que promovam a inclusão social e o crescimento sustentável.

O Plano Real foi um passo importante nessa direção, e seu legado continua a influenciar as políticas econômicas do Brasil até os dias de hoje.

(*) - É professor de Ciências Econômicas do Centro de Ciências Sociais e Aplicadas da Universidade Presbiteriana Mackenzie.

China pretende expandir investimentos em veículos elétricos no Brasil

Em relatório divulgado na última semana pela Allianz Research, departamento de análise da Allianz Trade, economistas apontam que o México e o Brasil são os principais destinos dos investimentos chineses em automóveis na América do Sul. A alta exportação para países emergentes, que representam quase 60% das vendas para o exterior, se opõe, contudo, ao mercado doméstico da China, que vê uma queda na sua capacidade industrial.

Segundo a análise, o aumento do investimento estrangeiro poderia transferir parte da capacidade de produção da China para o exterior, compartilhando conhecimento e tecnologia. Consequentemente, os chineses ganhariam capital adicional e ajudariam a desenvolver a capacidade de fabricação em outros países.

“Entre abril de 2023 e março de 2024, pelo menos 41 projetos chineses de fabricação e logística foram anunciados para o México (em comparação com menos de 20 no ano anterior) e pelo menos 39 para o Vietnã (em comparação com menos de 10 no ano anterior)”.

A taxa de utilização da capacidade industrial chinesa caiu, no entanto, de 77,2% no 1º trimestre de 2021 para 73,6% no 1º trimestre de 2024, o nível mais baixo desde 2016 (desconsiderando o cenário provocado pela Covid-19). Para os economistas, um desequilíbrio cíclico está novamente em jogo com medidas de estímulo do lado da oferta e uma demanda doméstica ainda fraca.

Isso porque o mercado chinês está dando espaço aos seus exportadores para baixar ainda mais os preços. A intenção é manter ou expandir a participação no mercado externo: “O aumento do investimento externo poderia ser uma solução vantajosa para todos a fim de mitigar o superávit comercial, mas ele provavelmente enfrentará resistência geopolítica”, acreditam os autores do relatório.

Brasil: mais investimentos em veículos elétricos - O superávit chinês, na realidade, deve aumentar ainda mais, com as economias emergentes totalizando mais que metade das exportações chinesas. O relatório especifica que esses mercados respondem por uma média de 55,6% das exportações chinesas entre 2015 e 2019 vs. 56,3% nos primeiros meses de 2024. Especificamente, no setor de veículos elétricos, são México e Brasil os principais destinos dos investimentos do país no setor de automóveis da América do Sul.



Desde o início deste ano, pelo menos três grandes fabricantes chineses de veículos elétricos se comprometeram a investir no Brasil para aproveitar o pacote verde de US\$ 19 bilhões do governo brasileiro, anunciado no final de dezembro de 2023. O programa nacional de Mobilidade Verde e Inovação (Mover), objetiva incentivar a indústria automotiva a produzir veículos mais sustentáveis, distribuindo os investimentos até 2028 com a meta de reduzir as emissões de carbono em 50% até 2030.

Já o investimento chinês no México cresceu principalmente como um movimento estratégico para contornar as tarifas e restrições dos EUA. No ano passado, 33 fornecedores chineses de automóveis foram registrados no México, 18 dos quais exportaram para os Estados Unidos.

Com uma guerra de preços cada vez mais acirrada no mercado doméstico corroendo a lucratividade dos fabricantes de veículos elétricos (VEs), a exploração de oportunidades no exterior se tornou uma prioridade para muitos.

“Como a Europa e os Estados Unidos, dois dos maiores mercados de veículos elétricos do mundo depois da China, estão impondo barreiras comerciais contra os VEs chineses, muitos fabricantes chineses estão voltando sua atenção para os países em desenvolvimento, especialmente no Sudeste Asiático e na América do Sul”, analisam os economistas. - Fonte e outras informações: (www.allianz-trade.com.br).