

## As 5 Principais Características Obrigatórias num Sistema de CRM

Os sistemas de CRM já existem há cerca de alguns anos, mas muito recentemente estavam apenas disponíveis a grandes empresas ou para aqueles com muito dinheiro por trás. Felizmente, desenvolvedores de sistemas de CRM reconheceram o facto de que estes sistemas seriam, na verdade, muito benéficos para as empresas de todos os tamanhos, e assim, surgiram os pacotes para todos. Nos dias correntes, existe um sistema de CRM disponível para todos os negócios com diferentes graus de funcionalidades. Em baixo, está a lista das 5 principais características obrigatórias num sistema de CRM, pelas quais todos deveriam estar a procura.

Um bom sistema de CRM deve agilizar os processos de vendas através da automatização da formação de vendas. Isto significa que todos os membros da equipa de vendas são capazes de usar o banco de dados para gerir as suas listas de clientes, receber informação atualizada sobre as suas contas, fazer uma nota de prospecção, etc. Os gestores e diretores são igualmente capazes de visualizar uma imagem precisa daquilo que está a acontecer dentro da empresa e de criar previsões precisas e oportunas, e gerir os níveis de desempenho geral e individual. Não importa o tamanho do negócio, ele tem sempre algum tipo de "centro" de atendimento ao cliente. Isto pode incluir apenas dois membros da equipa, mas eles precisam de saber o que o outro fez e disse aos clientes, para garantir que fornecem o melhor nível de serviço. Um bom sistema de CRM permite que todos os empregados vejam o histórico do cliente, garantindo assim, que são capazes de atendê-lo melhor. Ir igualmente automatizar uma série de tarefas e pode ser configurado para relembrar os empregados para fazerem coisas que prometeram aos clientes. O marketing é uma parte vital para qualquer negócio, especialmente durante estes tempos difíceis. Ter estratégias de marketing de sucesso significa que você seleciona o público-alvo correto e obtém uma boa taxa de conversão de venda. Um sistema de CRM pode ajudá-lo a alcançar este objetivo, através da identificação de utilizadores e clientes de produtos, cujos benefícios beneficiam de uma promoção que planeia. Isto economiza o tempo e dinheiro da sua empresa e assegura que os seus clientes relevantes sabem sobre as grandes ofertas de que dispõe. Os relatórios são importantes para todas as empresas, mas muitas vezes as pessoas acham que criá-los e analisá-los está para além delas, simplesmente porque não têm tempo para observar massivas quantidades de dados. Um sistema de CRM pode ser configurado para criar um grande número de relatórios, os quais incluem os dados e informações que você precisa decidir. Isto significa que são capazes de encontrar a informação que sobressai numa questão de minutos, tornando a sua empresa muito mais eficiente. Por muito diferentes que os departamentos possam parecer a trabalhar separadamente, eles, na realidade, dependem uns dos outros muito mais do que pensam. Os sistemas de CRM incentivam estes departamentos a partilhar informações, e conseqüentemente, esta ajuda as pessoas a perceberem o impacto que cada um tem sobre o outro, e como podem trabalhar melhor em conjunto.

## Sobre o Autor

Aparicio Zahir é um escritor do artigo focado em discutir e escrever [fontes de informações úteis](#) sobre os [sistemas de CRM](#) e seu uso adequado.

Source: <http://www.artigopt.com>