

Os 10 passos que garantem sucesso no CRM

Você está pensando em adotar uma solução de CRM para a sua empresa? Precisa interar-se mais sobre como ganhar dinheiro com CRM? Quer implementar o CRM na sua organização sem correr muito risco?

Você está pensando em adotar uma solução de CRM para a sua empresa? Precisa interar-se mais sobre como ganhar dinheiro com CRM? Quer implementar o CRM na sua organização sem correr muito risco? Se você está diante de questões como as acima descritas, sugiro que leia atentamente este artigo até o fim.

A proposta do CRM deve ser aumentar vendas enquanto reduz custos otimizando o retorno financeiro para a organização. Porém, para obter retorno no prazo esperado você precisará se preocupar em cobrir uma ampla agenda de implantação. Os principais pontos a serem focados, segundo especialistas em CRM, como por exemplo, o vice-presidente de uma das principais empresas de pesquisa do mercado norte americano, Sr. Henry Morris, são:

1. Como o CRM causará impacto na experiência do consumidor?

Os projetos do CRM que geram mais retorno são aqueles que usam tecnologia para presentear os consumidores com uma única e unificada visão da firma que os provê. Isso implica pelo menos algum nível de integração entre o sistema CRM e os demais sistemas corporativos da organização.

2. CRM não é controle ou gestão?

A escolha de um software que atenda às necessidades e a escolha de uma empresa para implantá-lo é de fundamental importância para o sucesso do projeto. Muitas organizações tentam incrementar o software de BackOffice com soluções de CRM recorrendo a experiência interna. Esse esforço nem sempre é coroado com o sucesso desejado, pois a experiência de uma consultoria que entenda do riscado é fundamental para o sucesso do projeto.

Uma outra vantagem em ter um software independente de CRM é evitar colocar todos os ovos em um único cesto. Agindo assim, a sua negociação com os fornecedores de software serão sempre menos desgastantes.

3. Quem deve participar do projeto de CRM?

Poucos são os projetos do CRM que possuem êxito sem a participação ativa de todo grupo interno que o sistema impacta. O gerente de vendas, de marketing, de recursos humanos, de tecnologia da informação, administrativo e financeiro, entre outros, devem atuar para ajudar a definir a dimensão, o escopo e o retorno do projeto.

4. Quem pagará pelo sistema?

O projeto financeiro deve ser discutido com todas as áreas envolvidas. Precisa haver acompanhamento por todos os gestores de forma a evitar o perigo real de que as áreas vêem o sistema como algo que está sendo imposto sobre eles. Todo grupo que estiver se beneficiando do sistema deverá pagar sua justa parcela.

5. Existem muitas características?

Projetos muito detalhados de CRM estão freqüentemente falhando. Às vezes eles possuem tantas características e vertentes que ninguém consegue descobrir como usá-los. Os projetos do CRM que proporcionam um rápido retorno sobre o investimento são aqueles que

sucessivamente e gradualmente simplificam e melhoram as áreas mais “dolorosas” do processo de vendas.

6. Existe uma aproximação incrementada?

Um check list balanceado ajudará assegurar que ninguém envolvido no projeto do CRM (vendedor, integrador, equipe de vendas, TI, e demais grupos) arcará mais do que pode suportar. Além disso, uma aproximação incrementada permite você a começar sua implementação com 10% de funcionalidade que fornecerá 90% do benefício, o que significa que você irá alcançar o retorno sobre o investimento com mais rapidez.

7. Você pagou muito pelo sistema?

Alugar seu software CRM quase sempre lhe dá um melhor retorno sobre o investimento do que comprar um. Com certeza o sistema CRM acabará custando o dobro tanto quanto se você estiver usando o mesmo sistema por dez anos direto.

8. As customizações têm preço fixo?

Algumas companhias provedoras de CRM pedem a seus clientes para pagar a customização e apoio usando os contratos de “billable hour”. Porém, experiências têm mostrado que essa implementação atrasa as implantações porque está no interesse do integrador prolongar o projeto. Isso terá um impacto negativo no retorno sobre o investimento.

9. Cumpro os prazos estabelecidos no projeto?

É imperioso ter um cronograma bem definido. Cumprir os prazos nele estabelecidos é de fundamental importância para manter a credibilidade no projeto e garantir o retorno do investimento previsto. Não possuir um cronograma detalhado ou mesmo deixar de cumprir os prazos nele estabelecidos poderá significar o fracasso do projeto e muito dinheiro na lata de lixo.

10. Os cuidados na escolha do coordenador do projeto.

Dedique-se ao projeto com a mesma garra que você se dedica a principal atividade de sua empresa. Preocupe-se em encontrar alguém capaz para delegar a coordenação do projeto. Saiba que boa parte do sucesso da implantação de um projeto de CRM vai depender do entusiasmo e persistência de seu coordenador. Portanto, não vai querer economizar alguns trocados na contratação de alguém para preencher essa vaga, vai?

Disponível em: <<http://www.abrarec.com.br>>. Acesso em 24 mar. 2008

A utilização deste artigo é exclusivo para fins educacionais.

A utilização deste artigo é exclusivo para fins educacionais.

A utilização deste artigo é exclusivo para fins educacionais.