

Nas empresas só há um patrão - o cliente



Ruben Soares
Diretor Executivo da Samsys



A gestão de clientes é uma das questões mais críticas para as empresas (alguns diriam que é mesmo a mais crítica) e até há aquela citação muito conhecida de Sam Walton que diz algo como “nas empresas só há um patrão, o cliente, e ele pode despedir qualquer pessoa, desde o dono da empresa até ao colaborador mais recente, simplesmente através da sua decisão de gastar o seu dinheiro noutra empresa”.

E se é verdade que a interação pessoal com os nossos clientes, frente a frente, em reuniões ou eventos sociais, é o nível mais elevado e com maior retorno nessa gestão, também temos que ter em conta que muitas empresas já não têm só dez ou cem clientes, mas sim milhares, ou que eles já não estão só na mesma cidade ou região que a nossa empresa, mas muitas vezes nem sequer estão no mesmo país,

cindíveis. Ao nível dos sistemas de informação, estamos a falar de soluções CRM (Customer Relationship Manager) que tanto podem ser aplicações independentes ou aplicações integradas com outros softwares de gestão.

Este tipo de solução pode começar simplesmente pelo registo das interações que os colaboradores têm com os seus clientes. Visitas presenciais, telefonemas, emails, tudo isso pode ser registado (de forma mais ou menos automática, dependendo da solução em questão), para que a empresa fique com um histórico do rela-

concretizar uma venda ou simplesmente para convidar um potencial cliente para um evento que vamos realizar.

De notar que este tipo de solução não é só relevante para o diretor comercial ou a gerência, devendo ser também encarado como uma ferramenta de apoio essencial de cada um dos gestores de cliente. Daí que a sua acessibilidade através de diferentes plataformas (desktop, mobile), bem como a integração com outras ferramentas, seja fundamental.

Essa integração pode ser por exemplo ao nível do calendário, integrando com solu-



Ao nível dos sistemas de informação, estamos a falar de soluções CRM (Customer Relationship Manager) que tanto podem ser aplicações independentes ou aplicações integradas com outros softwares de gestão

já para não referir o facto de a gestão de um cliente poder passar por uma ou mais pessoas, seja pela rotação interna dos colaboradores, seja porque, para determinados assuntos, alguns colaboradores estão mais capazes para responder às questões, cada vez mais específicas, dos clientes.

Tudo isto leva a que a adoção de soluções modernas de gestão de clientes e do relacionamento que a empresa, como um todo, tem com eles se tornem impres-

cionamento com o seu cliente.

Mas pode, e deve, ser muito mais do que isso. Para além do registo “a posteriori”, pode ser a ferramenta para planeamento de todo o trabalho de gestão de cliente, por exemplo, quando se vai visitar este cliente, quando se renova determinado serviço, etc. Ou seja, a ferramenta que garante que, por causa da velocidade com que todos temos que trabalhar atualmente, não fica por fazer aquele telefonema fundamental para

ções como Outlook ou Google Calendar, ao nível de objetivos comerciais, integrado com (ou fazendo parte integrante de) softwares de gestão como XD, Sage ou PHC, entre outros, ou até através da integração com plataforma de email marketing como o E-goi ou Mailchimp.

Tudo soluções que temos visto nos nossos clientes, que funcionam quando devidamente integradas na cultura e no fluxo de trabalho da empresa e que reforçam a nossa ideia de que, se não temos um CRM implementado, provavelmente, não estamos a aproveitar todas as oportunidades que os nossos clientes nos dão.