

Contactos e Oportunidades__

__O conhecimento dos
clientes como mecanismo
de fidelização



Todas as empresas, independentemente da sua dimensão, reconhecem o valor que o cliente tem para o seu negócio.

Torna-se cada vez mais decisivo que as organizações tenham ao seu dispor ferramentas que lhes permitam gerir a informação dos seus clientes e de outras entidades com quem se relacionem, de modo a responder eficazmente às suas necessidades. Melhorar o relacionamento com o cliente, conhecê-lo melhor, saber quando e como se deve investir na relação com ele, saber quando e como retirar os benefícios dessa relação e conseguir adequar os produtos e serviços a um determinado cliente, são elementos fulcrais para o sucesso das empresas e motivos que levam à crescente aposta nestas ferramentas por parte das mesmas.

Outro dos fatores decisivos para impulsionar o êxito das vendas e consequentemente melhorar a performance das organizações consiste na devida gestão do processo de marketing e comercial. As ferramentas de auxílio à gestão de atividades, gestão de oportunidades de venda, organização de contactos, gestão e classificação de entidades (potenciais clientes, concorrentes, parceiros, etc.), entre outras, assumem-se progressivamente como ferramentas essenciais para o negócio, impulsionando a eficácia das ações comerciais, sem perder de vista a necessária eficiência dos recursos envolvidos.

O módulo de Contactos e Oportunidades foi concebido para dar resposta a estas necessidades das organizações, destacando-se pelo facto de ser totalmente embebido nos outros módulos do ERP. Deste modo, os processos de Marketing e Vendas são naturalmente integrados em todos os outros de uma forma totalmente simbiótica, promovendo a comunicação, a produtividade e a partilha de conhecimento vital para as empresas: o conhecimento sobre os (potenciais) clientes e processos de negócio.

Apesar de ser uma ferramenta orientada para a gestão da relação com os clientes, a área de Contactos e Oportunidades incrementa a criação de valor em todo o ERP, mediante a disponibilização das suas funcionalidades em todos os outros módulos. Graças a essa integração, esta ferramenta permite, por exemplo, agilizar de forma significativa a gestão de cobranças, uma área crítica da gestão empresarial ou converter cotações em encomendas, transformando rapidamente um potencial cliente num cliente efetivo.

Gestão de Entidades Externas

Na área de Entidades Externas é possível criar, tipificar e gerir qualquer tipo de entidade com a qual a empresa não possui um relacionamento comercial registado no ERP (potenciais clientes, concorrentes, etc.), podendo associar-lhes um conjunto de informação como contactos, atividades, oportunidades de venda, entre outros. É ainda possível transformar entidades externas em clientes (no caso de potenciais clientes).

Gestão de Contactos

Manter uma base de dados personalizada das pessoas com as quais se estabelecem contactos é uma função de grande utilidade para a organização da informação, com a grande vantagem de esses contactos poderem estar associados a entidades no sistema (clientes, entidades externas, fornecedores, etc.) e integrados com listas eletrónicas de contactos.

Para além disto, é também possível configurar o envio de notificações referentes a diversos cenários, por exemplo, o aniversário de um cliente, mediante a utilização dos alertas do sistema.

Esta é uma área de excelência para a individualização da informação de acordo com as preferências e necessidades do utilizador, sendo possível associar aos contactos Atividades e Oportunidades de Venda, o que facilita a gestão de todos os contactos e impulsiona a concretização de potenciais negócios.

Registo de Atividades

Uma atividade refere-se ao processo de relacionamento com um contacto ou com uma entidade. O envio de uma mensagem de correio eletrónico, uma reunião, um telefonema ou uma cobrança, são exemplos de atividades que podem ser geridas de forma centralizada na organização, independentemente da sua origem. Às atividades podem ser associados contactos, organizações, campanhas de marketing, oportunidades de venda, entre outros dados que o utilizador considere pertinentes para a gestão das atividades. Estas podem ser cíclicas (por exemplo reunir com o cliente X no dia 5 a cada 2 meses), podem ser transferidas entre utilizadores ou grupos de utilizadores e podem estar sincronizadas com o Outlook. No caso das atividades periódicas, a sua calendarização prévia permite automatizar o trabalho de registo de atividades. Desta forma, é possível gerar automaticamente atividades a partir de listas pré-selecionadas e com filtros sobre qualquer tipo de informação, permitindo a criação fácil e rápida de atividades para todo o tipo de cenários (campanhas, etc.).

A gestão centralizada em calendário promove uma fácil organização das atividades do utilizador, sendo de destacar ainda o controlo do sistema sobre as atividades pendentes e realizadas, bem como a integração com sistemas de agendamento eletrónico (Outlook e Google).

Gestão de Cobranças

No conceito de atividades está incluída uma ação extremamente importante: as Atividades de Cobrança, totalmente integradas com Tesouraria. Estas atividades podem ser despoletadas a partir dos alertas de cobranças e respeitam o calendário e o contacto definidos na ficha dos clientes para o efeito. Para além dos dados enumerados, a estas atividades especiais podem associar-se os documentos a cobrar. Ao atualizar as datas e montantes previstos para recebimento acordados com o cliente na execução de uma atividade deste tipo, a tesouraria previsional é automaticamente atualizada. Para além disto, o extrato de pendentes fica com o histórico de atividades de cobrança realizadas sobre cada um dos pendentes listados.

Gestão de Oportunidades de Venda

Os processos de negociação são geridos através das Oportunidades de Venda (OPV). Cada OPV está associada a um ciclo de negociação que vai transitando de estados (configuráveis) e vai definindo o potencial da oportunidade. As oportunidades de venda podem associar-se diversas informações, como por exemplo, concorrentes, contactos, atividades, empresas, entre outros.

Na área de Oportunidades de Venda são disponibilizados mecanismos que auxiliam a criação e gestão de propostas. É possível criar vários tipos de propostas (principais, alternativas, opcionais, etc.), sendo a sua criação facilitada pelo sistema que auxilia na definição dos preços de venda mediante a conjugação de diversos critérios, tais como o preço de custo, a margem, o valor de venda e a rentabilidade. A partir das propostas podem ser geradas as cotações a enviar ao cliente e que poderão servir como documento de suporte à encomenda.

A disponibilização de diversos mapas e estatísticas permitem efetuar de forma ágil a avaliação e o controlo da carteira de negócios, evolução da mesma, análise dos ciclos de venda, análise e comportamento do Pipeline, entre outras estatísticas e relatórios de controlo.

Pipeline de Oportunidades de Venda

Integração com sistemas de agendamento eletrónico

As atividades (singulares e cíclicas) e os contactos podem ser integrados com os sistemas de agendamento do Microsoft Outlook e do Google Calendar. Esta integração é realizada nos dois sentidos, o que permite a sua disponibilização automática na agenda do utilizador.

