

DE OLHO NO LANCE

**Utilizando CRM e uma abordagem
de dados para melhorar os
resultados da sua empresa**

A ABORDAGEM DE NEGÓCIOS BASEADA EM DADOS: DATA-DRIVEN



A utilização de uma abordagem de vendas e gerenciamento baseada em Dados, aliada a ferramentas de automação e inteligência artificial (IA), pode ser um divisor de águas para micro e pequenas empresas (MEs e EPPs).

Com certeza você já ouviu falar sobre CRM ou até mesmo já utiliza algumas práticas desta metodologia na sua empresa, mas pode ainda não ter se dado conta do quanto ela realmente tem a oferecer e pode auxiliar no dia-a-dia da sua equipe, quando aliada à uma boa estratégia de Dados!



USANDO BEM OS DADOS: CHEGA DE ERROS E RETRABALHO

Ao coletar e analisar os Dados das suas operações, a sua empresa consegue identificar tendências, prever demandas e otimizar seus processos, gerando muito mais eficiência e economizando seu tempo e recursos!

Além disso, ao usar tecnologias de automação e IA na sua metodologia de negócio, a equipe vai ser capaz de agilizar tarefas repetitivas, evitando erros e retrabalho, focando em atividades estratégicas que realmente importam e fortalecendo ainda mais o relacionamento com os clientes.



POTENCIALIZE O SEU CRM COM O USO DE DADOS



Além disso, ao transformar os Dados gerados por essas ações em informações e ideias valiosas para o seu negócio, a empresa ganha muito mais clareza sobre o seu mercados e clientes, ajudando a tomar decisões inteligentes e bem embasadas, além de antecipar desafios!

Ao usar bem os Dados, você também pode personalizar as interações com o cliente, se diferenciando dos concorrentes e ganhando vantagem. Por isso, as empresas que usam a inteligência de Dados e boas ferramentas de CRM aumentam suas vendas e fidelizam clientes!



O QUE É O CRM E COMO USÁ-LO A FAVOR DA SUA EMPRESA?

A GESTÃO DE RELACIONAMENTO COM O CLIENTE



O CRM (Customer Relationship Management, siga em inglês que significa "Gestão de Relacionamento com o Cliente") é um conjunto de metodologias e ferramentas essenciais para o sucesso de qualquer empresa, incluindo as categorias de MEs e EPPs. O CRM permite que as empresas construam uma base bem sólida de clientes, mantendo um relacionamento duradouro e lucrativo com eles, além de ajudar a aumentar as vendas!



O CRM VAI MUITO ALÉM DAS FERRAMENTAS!

Pois é, o CRM não é apenas um programa, um serviço ou só uma lista de contatos; ele é a união de Dados muito valiosos, que ajudam a definir estratégias comerciais e de negócios mais eficazes, oferecendo uma visão bem ampla de vendas, marketing e atendimento. E tudo isso pode ser integrado em uma abordagem só.

TRANSFORME O SEU PÚBLICO EM CLIENTES FIÉIS

Além disso, ao transformar os Dados gerados por essas ações em informações e ideias valiosas para o seu negócio, a empresa ganha muito mais clareza sobre o seu mercados e clientes, ajudando a tomar decisões inteligentes e bem embasadas, além de antecipar desafios! Ao usar bem os Dados, você também pode personalizar as interações com o cliente, se diferenciando dos concorrentes e ganhando vantagem. Por isso, as empresas que usam a inteligência de Dados e boas ferramentas de CRM aumentam suas vendas e fidelizam clientes!

VOCÊ NÃO PRECISA SER UM ESPECIALISTA!

Incorporar o CRM no seu processo de vendas e aproveitar melhor os seus Dados e contatos não precisa ser uma tarefa complicada. Pois é, existem ferramentas profissionais de CRM disponíveis gratuitamente, que podem ajudar a sua empresa a implementar as práticas dessa metodologia e tornar o contato com seus clientes muito mais eficiente e completo!

FERRAMENTA: CADASTRE A SUA EMPRESA NO HUBSPOT



O HubSpot CRM é um sistema gratuito, criado para simplificar o gerenciamento do seu relacionamento com os clientes.

Ele oferece uma visão completa do cliente, permitindo que as equipes de vendas e marketing acompanhem todas as interações e atividades em um só lugar. O sistema conta com recursos avançados, como relatórios e análises, que ajudam a avaliar o desempenho da equipe de vendas e identificar áreas para melhorar, garantindo que a sua empresa alcance as metas e aumente a eficiência das operações!

Alguns dos principais recursos incluem:

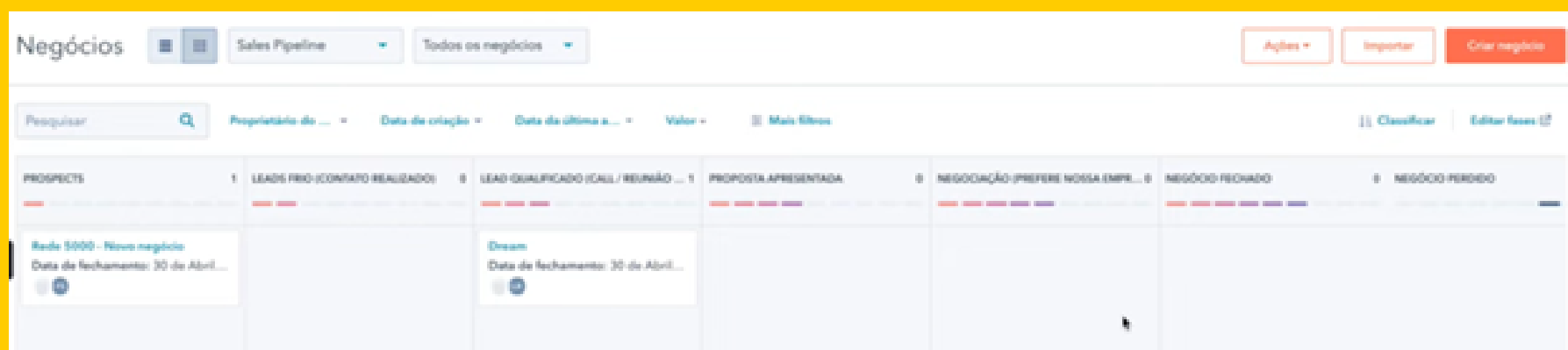
- Relatórios para monitorar a produtividade da equipe;
- Um pipeline (processo ou funil) de vendas personalizável;
- Acompanhamento e arquivamento automáticos de e-mails, reuniões e chamadas;
- Personalização de marketing com anúncios, leads, formulários e landing pages;
- Atendimento com métricas de suporte e chats;
- Automação de processos, sincronizando Dados e ferramentas para otimizar sua produtividade.

Passo a passo:

- Para começar a usar o HubSpot CRM gratuitamente, primeiro crie uma conta pelo site [hubspot.com](https://www.hubspot.com). Você também pode se cadastrar usando um email do Google.
- Acesse o menu de "Negócios" para configurar o seu funil de vendas.
- A plataforma já inclui estágios pré definidos, como "Prospect" e "Negócio Fechado", mas você pode personalizar esses estágios de acordo com o que o seu processo de vendas precisa.
- Você também pode configurar o campo de "Probabilidade de Fechamento" para prever suas vendas e ter mais controle sobre as vendas que estão previstas para fechamento.
- O CRM também facilita o gerenciamento do funil de vendas, identificando onde cada cliente se encontra na jornada de compra e quais ações devem ser tomadas para avançar no processo.

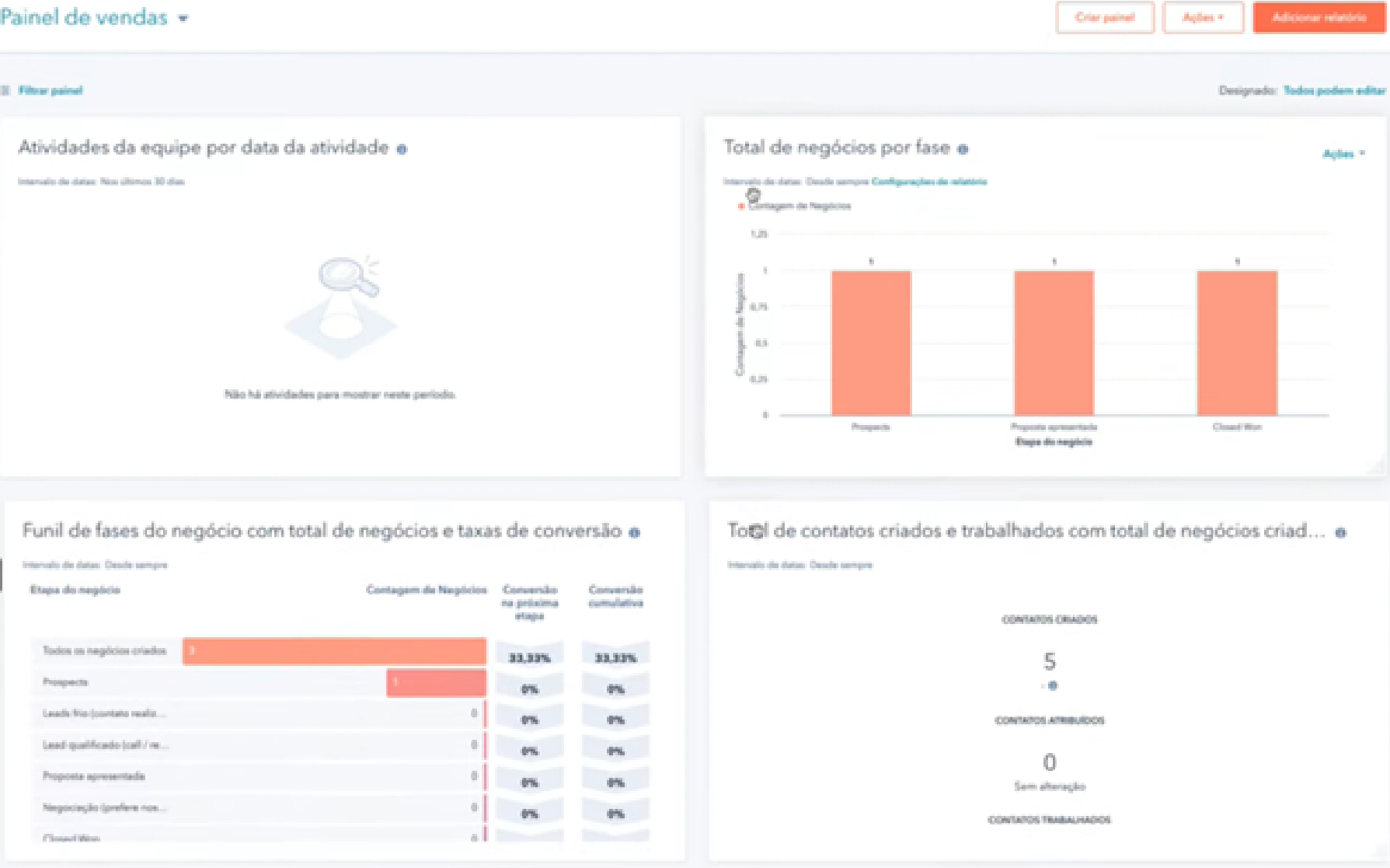
UM PEQUENO EXEMPLO:

Uma dúvida enviada por e-mail pode ser seguida por um contato telefônico, uma mensagem via WhatsApp Business ou o envio de uma proposta comercial. Esse acompanhamento estratégico auxilia no fechamento de negócios com maior eficiência.



Exemplo de funil de vendas customizado dentro da plataforma Hubspot CRM, com separação dos contatos de acordo com seu estágio.

Com esses dados bem estruturados, você vai poder gerar relatórios e ter uma visão gerencial muito mais completa através do Painel de Vendas! Para acessá-lo, basta selecionar na barra superior “Relatórios” e em seguida ir para “Painéis”. Nesta área, você pode criar painéis para visualizar os dados de cada membro da equipe ou de cada estágio do seu funil de vendas, tudo numa interface simples e centralizada, que facilitará a tomada de decisões!



Exemplo de gráficos e painéis de resultados disponíveis para acompanhamento do processo de vendas, através da plataforma Hubspot CRM.

Fica a dica:



O CRM também ajuda a priorizar os melhores relacionamentos, identificando os clientes mais lucrativos para direcionar os seus esforços e otimizar custos. Clientes fiéis costumam ser mais propensos a continuar comprando e a recomendar a empresa, por isso, é essencial oferecer um tratamento especial para eles (mas sem negligenciar seus outros clientes, é claro).

MANTENHA A SUA EMPRESA SEMPRE NA MEMÓRIA DE SEUS CLIENTES



AS DORES DO CRESCIMENTO

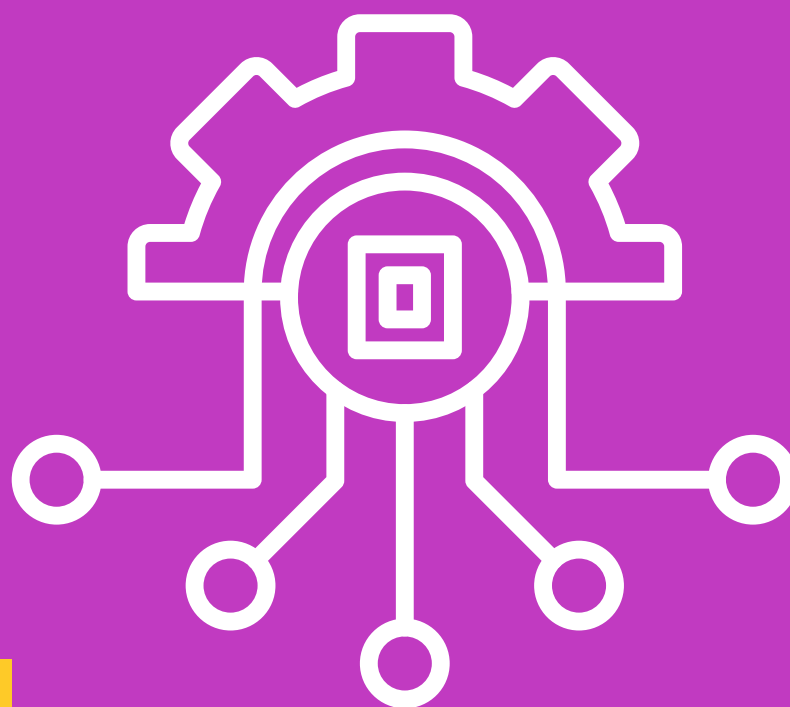
Conforme a sua empresa cresce, o número de clientes aumenta proporcionalmente. Isso é ótimo do ponto de vista comercial, afinal quanto mais clientes seu negócio possui, maior é a sua receita com vendas, não é? No entanto, com o crescimento, surge um novo desafio: Os clientes que antes eram atendidos pessoalmente, com muita atenção, agora podem passar a ter menos contato com a sua marca, com você ou com a sua equipe. Mas não se preocupe! Isso é algo natural e acontece com qualquer empresa em fase de expansão.

CONTE COM A AJUDA DE FERRAMENTAS INTELIGENTES

Para não deixar o seu fluxo de vendas 'esfriar', você pode usar algumas ferramentas de automação e Inteligência Artificial, para que o contato dos seus clientes com a sua marca seja mais constante, reforçando a importância deles para o seu negócio e mantendo o nome da sua empresa sempre fresco na memória dos seus atuais e potenciais clientes. E tudo isso sem ter que dedicar muito tempo e nem fazer novas contratações para gerenciar esse processo!



USE FERRAMENTAS DE AUTOMATIZAÇÃO DE MARKETING E INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL



EI, NÃO ESQUEÇA DE MIM!

Uma ótima opção para quem está buscando manter o nome e os serviços oferecidos pela empresa sempre frescos na memória de uma grande lista de clientes é trabalhar a automação do seu marketing. Seja através de e-mails, WhatsApp Business ou qualquer ferramenta que a sua empresa use atualmente, o importante é manter o contato de forma constante!

NÃO DEIXE O SEU CONTATO ESFRIAR...



A atenção de qualquer consumidor é disputada constantemente no ambiente digital, então um e-mail ou mensagem enviada depois de alguns dias da primeira venda ou do primeiro contato, por exemplo, podem ser a diferença entre a fidelização de um cliente ou o 'esfriamento' dele com sua empresa. Para não deixar isso acontecer, você pode utilizar ferramentas de automação, com o auxílio de modelos de Inteligência Artificial.

UM PEQUENO EXEMPLO:

Marcos é dono de uma pequena empresa que vende materiais gráficos, e deseja manter o nome da sua empresa vivo na cabeça dos clientes após a primeira compra. Afinal, ele sabe que a maioria das empresas precisam de materiais gráficos constantemente. Ele então cria uma sequência de e-mails, programados para serem enviados automaticamente após a primeira venda. Assim, ele economiza tempo!

O primeiro e-mail logo agradece ao cliente pela escolha e oferece canais de suporte. O segundo e-mail é programado para ser enviado 1 dia após o recebimento dos materiais pelo cliente, verificando a satisfação com os produtos e sugerindo produtos complementares. Ele também inclui no email uma avaliação da compra, que pode ser feita pela própria plataforma de compra ou por um formulário criado gratuitamente no Google Forms (google.com/forms).

Marcos também cria uma newsletter e programa para que ela seja enviada por email, de 15 em 15 dias para seus clientes, com dicas para o dia-a-dia de qualquer empresa, como dicas de gerenciamento e produtividade. No fim da newsletter, ele sempre coloca um código de desconto para os clientes que estão acompanhando.

Fica a dica:

Tudo isso pode parecer um grande esforço, certo? Você pode estar pensando que você ou a sua equipe não tem condições de gerenciar todas essas tarefas. Mas por ser um fluxo automático, com etapas pré-determinadas e já programadas, a tarefa pode ser facilmente realizada por apenas uma ou duas pessoas! É só serem estruturadas com um pouco de antecedência.

FERRAMENTAS: UNINDO O CHATGPT COM O HUBSPOT

Você pode utilizar ferramentas de Inteligência Artificial gratuitas, como o ChatGPT (chat.openai.com), para agilizar a criação de conteúdos, como textos de email, mensagens e newsletters. Mas lembre-se de sempre revisar e editar a peça final que será enviada para o cliente, pois devemos usar a ferramenta apenas para nos auxiliar e facilitar nossa vida, não para terceirizar a qualidade ou o cuidado que devemos ter ao atender nossos clientes! Já a versão gratuita do HubSpot pode ser usada para programar uma série de emails automáticos, para relacionamento com o cliente.

Passo a passo:

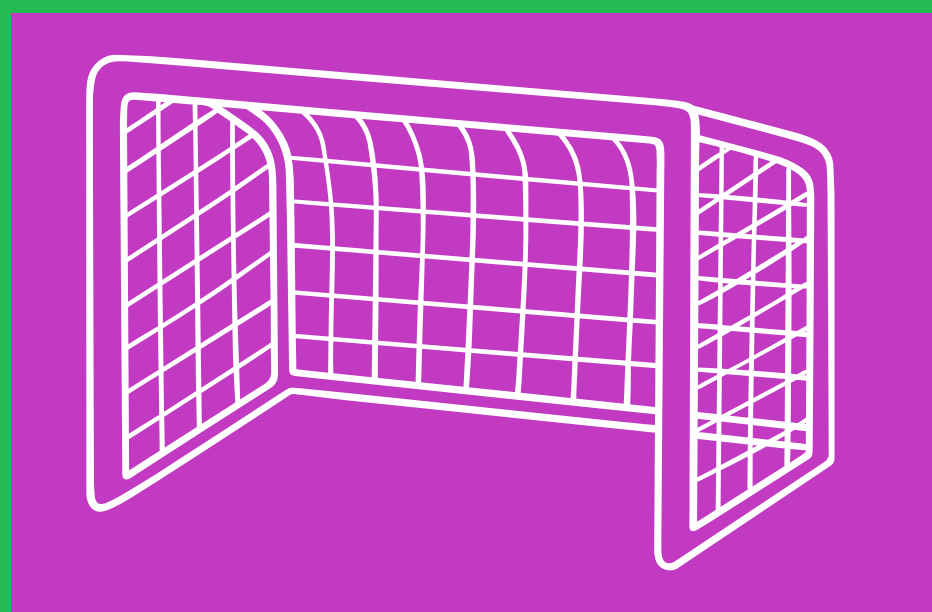
- Acesse sua conta no site do HubSpot e, no painel inicial, clique em “Marketing” e depois em “E-mail”.
- Você pode começar criando um e-mail de "Boas-Vindas" para seus novos clientes: Basta clicar em “Criar E-mail”, escolher um modelo pré-existente ou começar do zero.
- Depois de finalizar, salve o e-mail e ele ficará disponível para usar na plataforma.

PROGRAMAR O ENVIO DO E-MAIL

Cada e-mail atende um público-alvo específico. Você pode configurar o disparo do e-mail para ocorrer toda vez que alguém efetua uma compra no seu site ou plataforma de e-commerce, por exemplo. Para isso, basta escolher a opção “Automação” e usar os fluxos de trabalho (workflows), programando para que os envios aconteçam depois que uma ação acontecer, como uma compra no site.

DESENVOLVER OS E-MAILS DE ACOMPANHAMENTO

Repita o processo para criar os próximos e-mails, como os de avaliação e de newsletter, por exemplo. Adapte o conteúdo para cada e-mail e programe os envios com os intervalos de tempo que quiser. Uma dica útil é encarar a criação desse conteúdo como um esforço de venda: Separe um tempo para criar 2 ou 3 novos conteúdos por semana, assim você sempre terá novas informações e dicas programadas com antecedência.



ATIVAR E TESTAR

Após finalizar a criação do fluxo de trabalho do e-mail, ative e faça testes, para garantir que os e-mails estão mesmo sendo enviados no momento certo. Você pode simular compras no site ou criar novos contatos no HubSpot, atribuindo características semelhantes às de novos clientes e disparando os ‘gatilhos’ de cada ação programada.

MONITORAR E AJUSTAR

Use a análise do HubSpot para monitorar as métricas, como taxas de abertura e cliques, refinando seus conteúdos com base nos resultados. Lembre-se: é fundamental ter um conteúdo interessante, para ser bem lembrado pelos seus clientes. Afinal, ninguém gosta de receber e-mails indesejados ou de propaganda não-solicitada, né?



Exemplo de email de boas-vindas escrito por Marcos, com a ajuda da ferramenta do ChatGPT, para ser enviado a novos clientes via HubSpot.

