



Capacitação em Marketing Digital.

CRM e Pós-venda

Palestrante

Toni Bitencourt - CEO Nidus Marketing

São Lourenço do Sul, 14 de março

Apresentação

2024



CRM e Pós-venda

CRM
(Customer Relationship Management)

É uma ferramenta essencial para gerenciar e aprimorar o relacionamento com os clientes de uma empresa.

Facilita a coleta, armazenamento e análise de dados dos consumidores, ajudando a entender suas preferências, necessidades e padrões de compra.

**Como o CRM
é utilizado?**

Um sistema de CRM é utilizado para otimizar processos de marketing, possibilitando o envio de campanhas direcionadas, descontos personalizados e programas de fidelidade para o público certo no momento mais oportuno.



Apresentação de Case

Supermercados Nicolini

O que fizemos?

Apresentação de Case

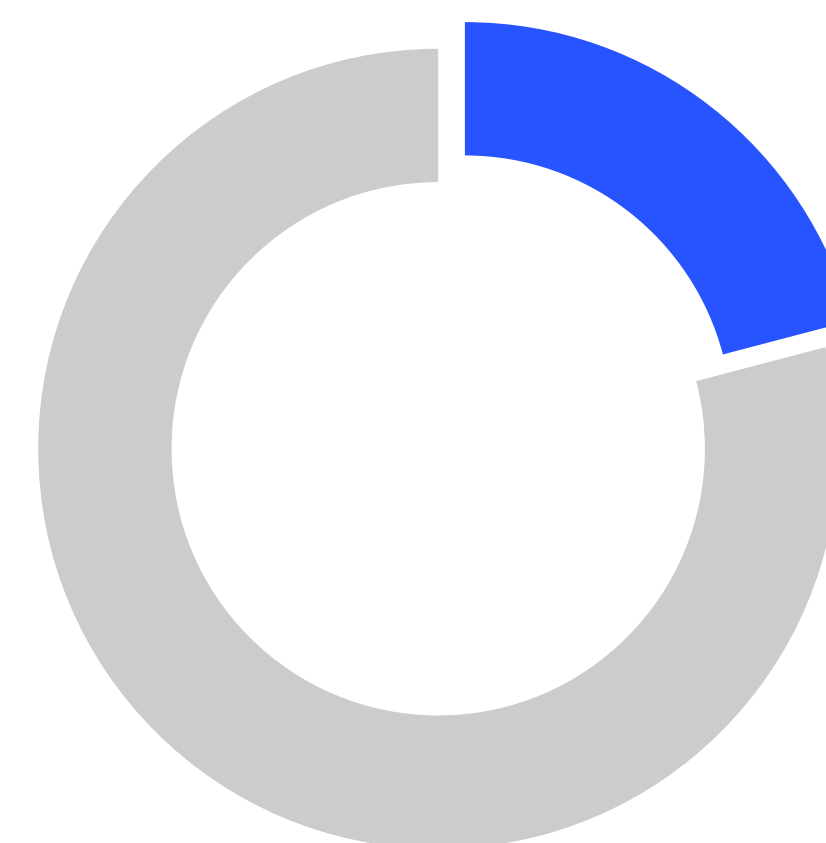
CENÁRIO

Rede de Supermercados Nicolini.

CRM
130mil
clientes cadastrados.
Dados de Maio de 2023.

Ativos: Compraram nos últimos 30 dias.

Inativos: Não compraram nos últimos 30-60 dias.



Média mensal de **40mil Clientes inativos** que representam **30% da base.**

Foco de campanhas específicas de tráfego pago.

OFERTA EXCLUSIVA
para você



**Cerveja
Tiger Cristal**
Latão - 473ml

PREÇO
NO CLUBE

Por: **R\$ 3,89**
24 un. de limite por consumidor

Vá até uma de nossas lojas, pegue a sua cerveja, identifique-se no Clube e receba os descontos exclusivos.

OFERTA EXCLUSIVA
para você



**LEVE 3
PAGUE 2**
Cafés em capsulas
Três Corações

R\$ 17,99
a unidade

R\$ 11,66
levando 3 unidades

PREÇO
NO CLUBE

Vá até uma de nossas lojas, pegue o seu café, identifique-se no Clube e receba os descontos exclusivos.

Promoção válida até 28/02/2022



Uma rede de supermercados com uma base de **mais de 130 mil clientes** que gerava diariamente uma infinidade de dados de hábitos e histórico de compras.

Desafio do projeto.

Utilizar todos esses dados para otimizar campanhas de marketing, ativar clientes inativos e disparar campanhas para grupos de clientes específicos.

CRM e Pós-venda

A Cultura centrada em CRM

 ENIDUS®

A Cultura centrada em CRM



Uma cultura centrada em CRM aproveita a análise de dados para refinar processos, melhorar decisões e fortalecer relacionamentos com clientes.

CRM e Pós-venda

Jornada do Cliente

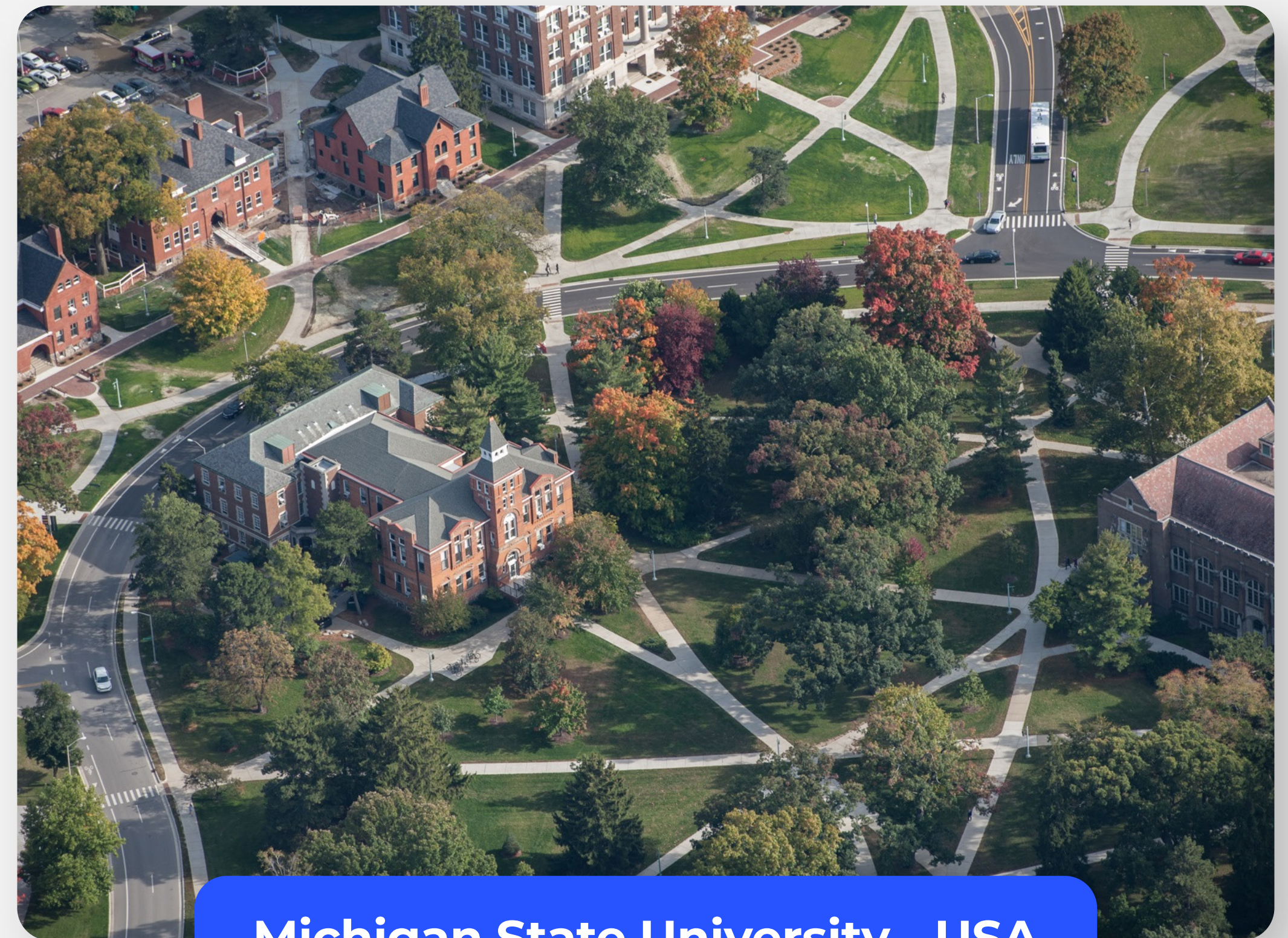
 ENIDUS®

Compreender a jornada do cliente através do CRM é fundamental para criar interações significativas e personalizadas, o que não só aumenta a satisfação, mas também impulsiona a fidelidade a longo prazo.

O CRM é uma forma de deixar seus clientes construírem a própria jornada.



Brasília - DF
(Linhas de desejo)



Michigan State University - USA

CRM e Pós-venda

A importância do Customer Success (Sucesso do cliente)

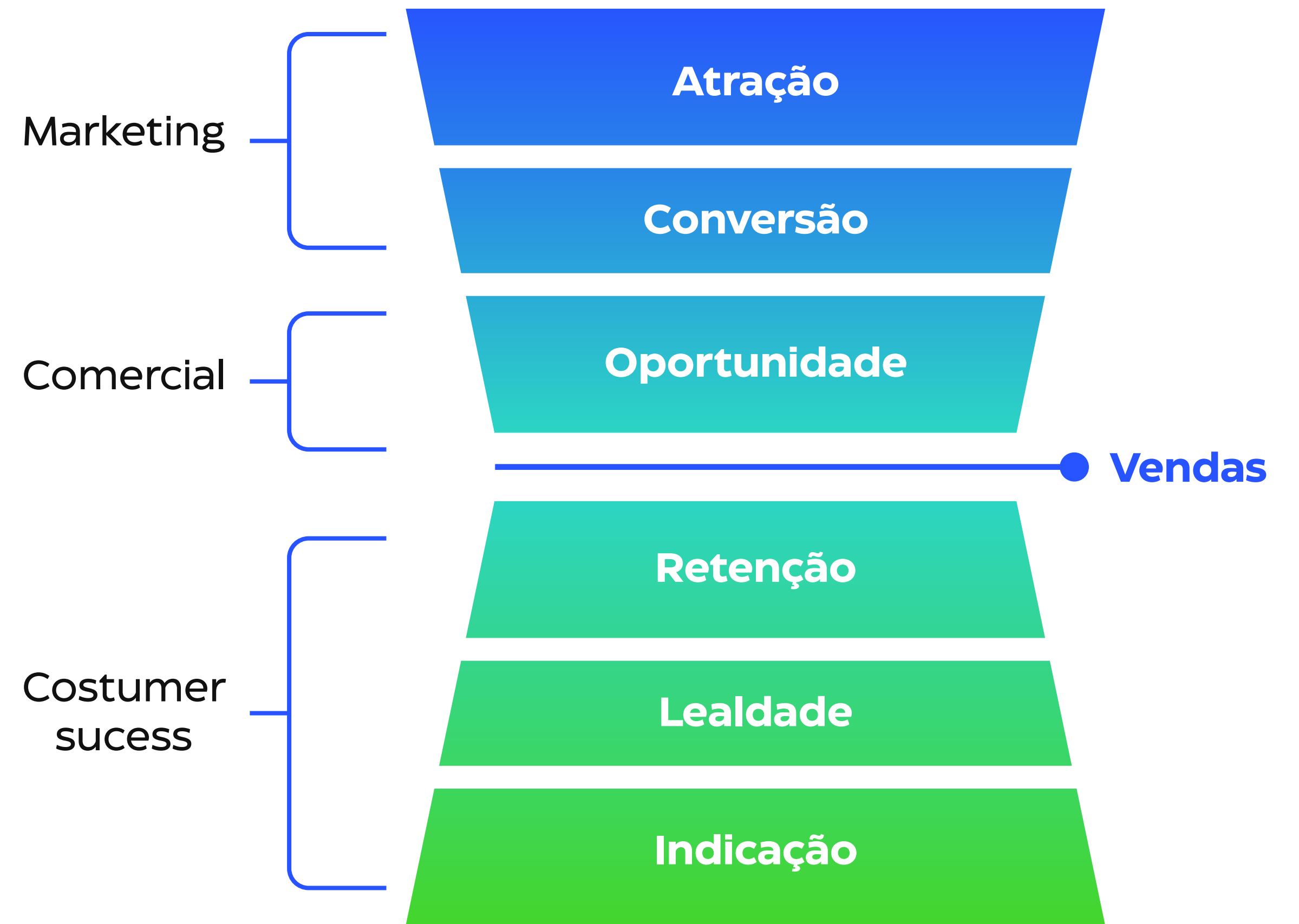
 **ENIDUS**

A importância do Customer Success (Sucesso do cliente)

Customer Success é estratégico

para entender e atender às necessidades dos clientes, garantindo que eles obtenham valor contínuo do produto ou serviço.

Esse foco proativo na satisfação e sucesso do cliente promove uma maior fidelidade e retenção, essenciais para o crescimento sustentável do negócio.



CRM e Pós-venda

CRM na Prática

 ENIDUS®

O CRM é uma ferramenta poderosa de organização e compreensão de cada um dos seus potenciais clientes e base ativa de consumidores.

CRM na Prática

The screenshot displays the RD Station CRM interface. At the top, the navigation bar includes the RD Station CRM logo, the 'Negociações' (Sales) tab, and other menu items: 'Empresas', 'Contatos', 'Tarefas' (with a red notification badge), 'Análises', 'Configurações', and 'Marketing'. The user profile 'Giovana Adami' from 'Duo Studio Interativo' is visible in the top right corner.

The main content area features a funnel view with the following stages and data:

- Novos (165):** Total value R\$ 0,00. Contains four 'Nova' (New) leads, each with 'Nenhum produto' (No product) and a '+ Criar Tarefa' (Create Task) button.
- Contato feito (1):** Total value R\$ 0,00. Contains one 'Em andamento' (In Progress) lead with 'Nenhum produto' and a '+ Criar Tarefa' button.
- Reunião/Apresent. (3):** Total value R\$ 462.000,00. Contains three 'Em andamento' leads with values of R\$ 96.000,00, R\$ 216.000,00, and R\$ 150.000,00, each with a '+ Criar Tarefa' button.
- Proposta/Plano (1):** Total value R\$ 192.000,00. Contains one 'Em andamento' lead with a value of R\$ 192.000,00 and a '+ Criar Tarefa' button.
- Com o Cliente:** Partially visible on the right, showing leads with values like R\$ 360,00.

At the top of the funnel view, there are filters: 'Funil Padrão', 'Todas as negociações', 'Em andamento', and 'Filtros (2)'. A '+ Criar' button is also present in the top right of the funnel area.

CRM e Pós-venda

Análise de dados gerados pelo CRM

 **ENIDUS**[®]

Análise de dados gerados pelo CRM

A análise de dados e o feedback do cliente coletados pelo CRM são fundamentais para entender comportamentos, preferências e necessidades.

Análise de dados gerados pelo CRM

Através desses dados é possível entender o que seu cliente deseja, e criar campanhas específicas para quem tem maior chance de aderir à oferta.

Case Nicolini

(ativação de produto específico - café)

Os Supermercados Nicolini incentivam a inserção do CPF do consumidor no ponto de venda (PDV), com o intuito de oferecer benefícios e descontos em itens específicos, como café e cerveja. Através desta iniciativa, coletamos dados que permitem identificar os hábitos de consumo dos clientes.

Estas informações são usadas para criar campanhas de ofertas personalizadas, aumentando a relevância e a eficácia das nossas campanhas.



CRM e Pós-venda

Os desafios e soluções na implementação de um CRM

 **ENIDUS**

**Treinamento
e Educação**

Investir em treinamento abrangente ajuda a equipe a entender como o CRM pode facilitar seu trabalho e contribuir para os objetivos da empresa.

Integração gradual

Implementar o CRM em fases permite que a equipe se acostume gradualmente com o sistema.

Incentivos

Criar incentivos pode motivar a equipe a adotar o sistema e manter o preenchimento das informações atualizadas.

“Escada se lava de cima para baixo”.

Liderança pelo exemplo

Quando a liderança utiliza ativamente o CRM e destaca seus benefícios, isso incentiva a equipe a seguir o exemplo.

CRM e Pós-venda

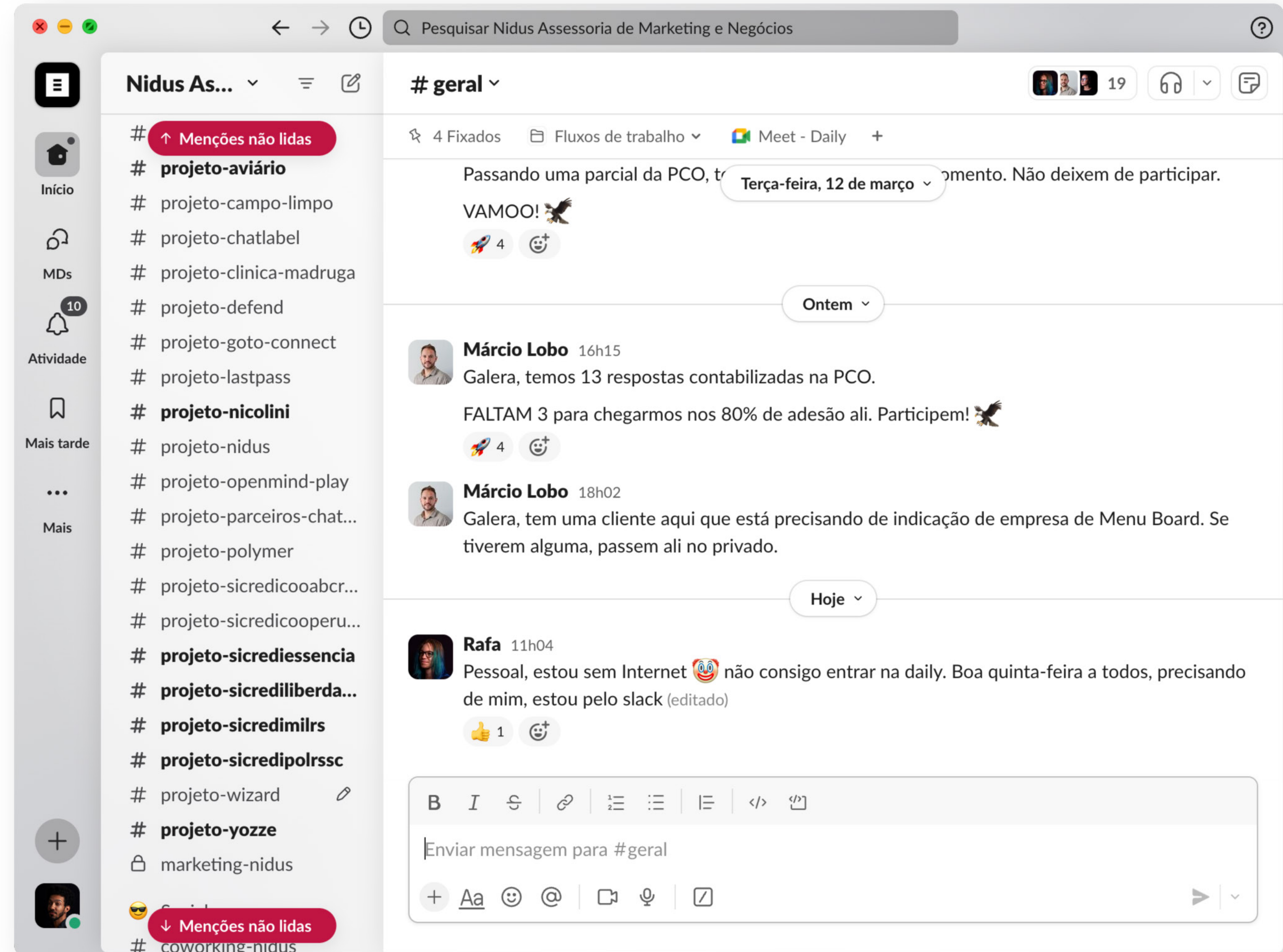
Case de customer success

 ENIDUS®

Case de customer success

Case de Customer Success: Slack

O Slack, a plataforma de comunicação para equipes, implementou estratégias de Customer Success para garantir que seus usuários não apenas adotassem a ferramenta, mas também a utilizassem de maneira eficaz.



Case de customer success

Estratégia

Focada em educação e suporte proativo, a Slack criou uma vasta base de conhecimento, tutoriais e sessões de treinamento. Além disso, utilizou feedback dos usuários para aprimorar continuamente o produto.

Case de customer success

Impacto

Essas iniciativas ajudaram a Slack a aumentar a retenção de clientes e a satisfazer uma base de usuários diversificada, contribuindo significativamente para seu crescimento rápido no mercado de soluções de comunicação corporativa.

CRM e Pós-venda

Para refletir sobre CRM e pós-vendas

 ENIDUS®

Para refletir sobre CRM e pós-vendas

O sucesso no ambiente digital e competitivo de hoje depende profundamente de como as empresas gerenciam seus relacionamentos com os clientes.

Análise final do case.

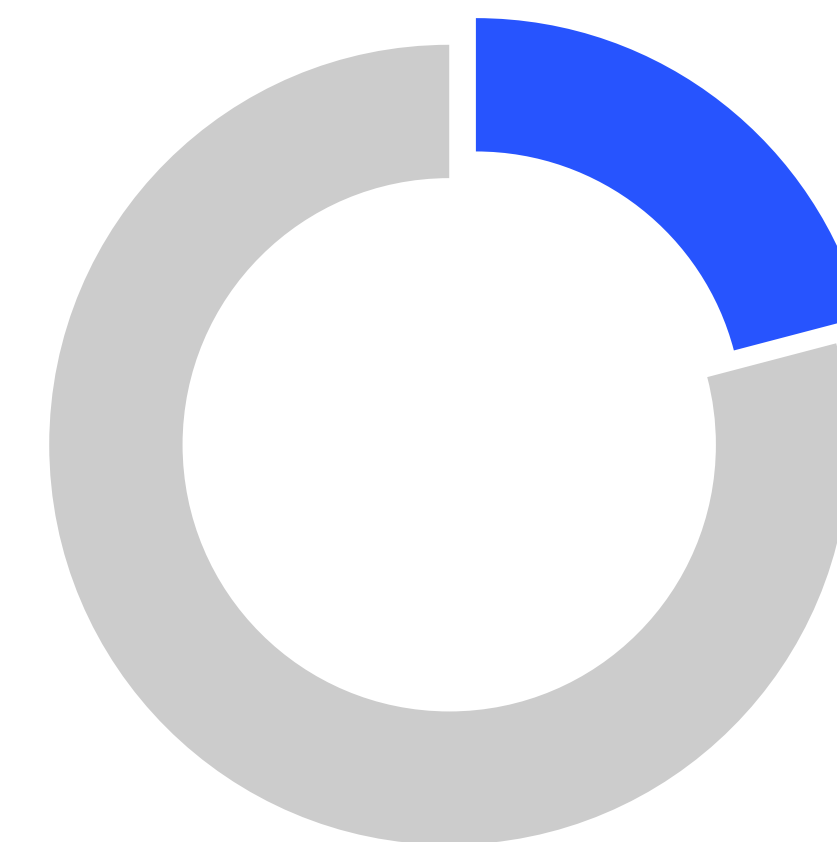
CENÁRIO

Rede de
Supermercados Nicolini.

CRM
130mil
clientes cadastrados.
Dados de Maio de 2023.

Ativos: Compraram nos últimos 30 dias.

Inativos: Não compraram nos últimos 30-60 dias.



Média mensal de
40mil Clientes inativos
que representam
30% da base.

Foco de campanhas
específicas de
tráfego pago.

Para refletir sobre CRM e pós-vendas

Campanha de otimização de CRM

Valor médio resgatado por clientes inativos em compras.

Antes

R\$ **80** mil

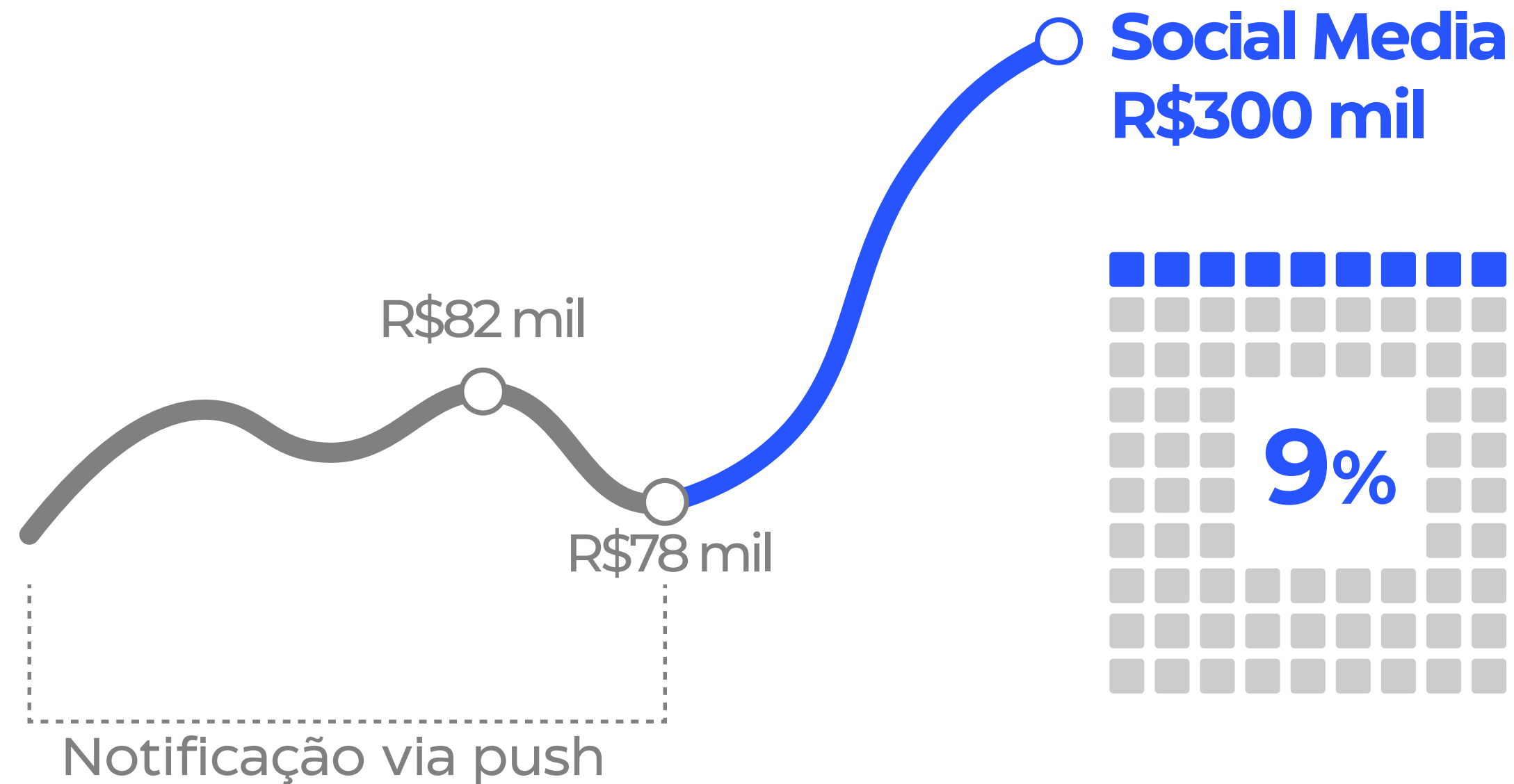


Agora

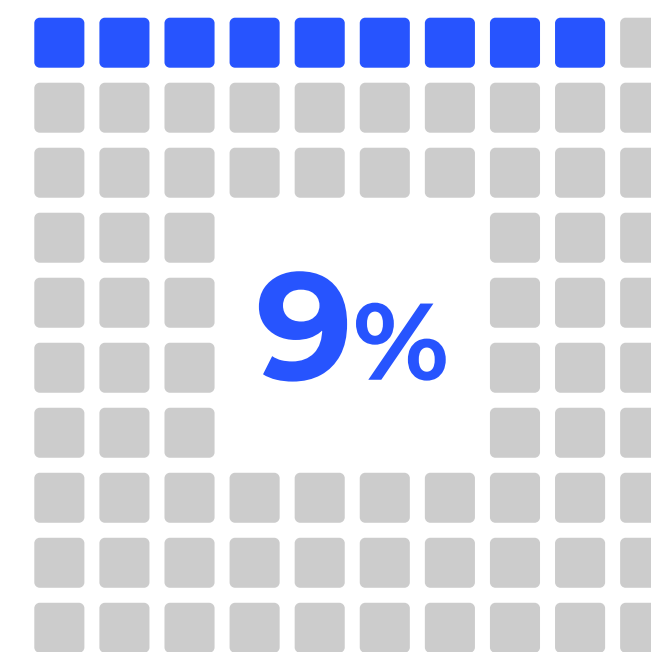
R\$ **300** mil

Evolução de **375%**.

Para refletir sobre CRM e pós-vendas

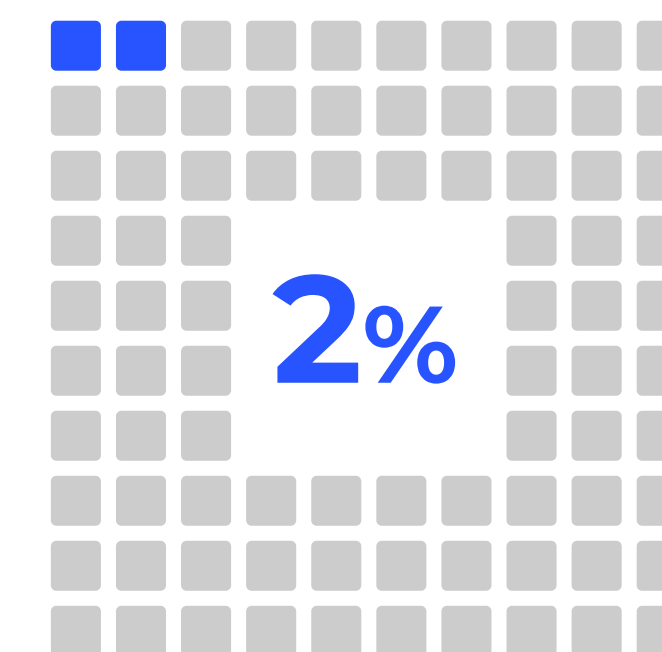


***CPM** - CPM, ou custo por mil impressões, é uma métrica que representa o gasto gerado a cada mil impressões do anúncio.



De acordo com uma pesquisa da Braze, a **taxa média de abertura de notificações push em aplicativos é de 9%.**

No entanto, no caso dos **Supermercados Nicolini,** essa taxa é de **aproximadamente 2%,** demonstrando que, nesse contexto específico, a **taxa de abertura é inferior à média geral.**



Para refletir sobre CRM e pós-vendas

CPM Médio Diário com **redução de 30%**

Antes



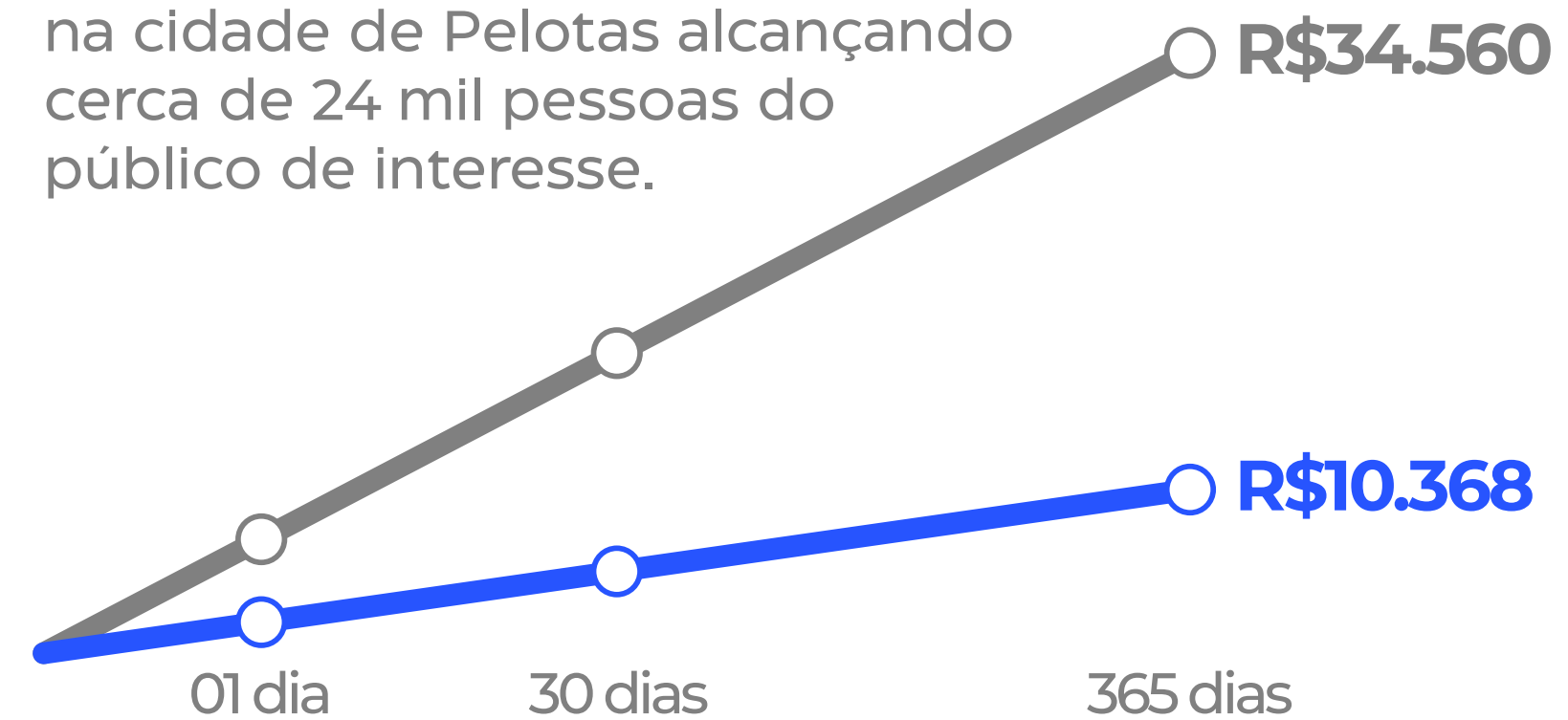
Custo anterior
R\$4,00

Agora



Custo atual
R\$1,20 (-30%)

Case real de **otimização de CPM**
na cidade de Pelotas alcançando
cerca de 24 mil pessoas do
público de interesse.



Economia de
R\$ 24.192 por ano.

Rendimento de
mais de 3x!

Para refletir sobre CRM e pós-vendas

Estes números evidenciam a força de uma gestão orientada ao cliente através do CRM, potencializando experiências memoráveis e lucratividade.

Para refletir sobre CRM e pós-vendas

Agora, cabe a você criar o próximo marco de sucesso com CRM e pós-vendas.

**Siga-nos nas redes sociais,
acompanhe nosso trabalho:**

@nidusmarketing



ENIDUS

Obrigado.



Nosso site.

nidusmarketing.com.br



Faça o download das palestras.

ENIDUS