

13 DICAS DE COMO ANALISAR AS INFORMAÇÕES DE VENDAS NO CRM

O GUIA COMPLETO



PAULO ARAÚJO

INTRODUÇÃO

Atualmente, a riqueza de dados disponíveis no sistema de Gestão de Relacionamento com o Cliente (CRM) é fundamental para o crescimento sustentável de qualquer negócio. Aqui vamos apresentar algumas dicas bem práticas para analisar as informações de vendas no CRM.

Este e-book traz insights e detalha como os gestores e vendedores podem usar as informações de vendas no CRM para maximizar seus esforços de vendas e criar novas estratégias de negócios.



1. CRIAR NOVAS ESTRATÉGIAS DE VENDAS

Os dados de vendas na plataforma de CRM são uma mina de ouro de insights que podem ser utilizados para criar estratégias de vendas mais eficazes. O gestor pode analisar padrões de compras, identificar produtos ou serviços mais populares e perceber quais estratégias de marketing estão gerando mais leads. Para o vendedor, entender esses padrões ajuda a oferecer produtos ou serviços mais relevantes para o cliente, melhorando a taxa de conversão.

Dica prática: avalie regularmente os dados para identificar tendências e ajustar suas estratégias de acordo com o momento do mercado.



2. DEFINIR O PERFIL DO CLIENTE IDEAL

Com o CRM de Vendas, é possível coletar uma variedade de dados dos clientes, desde informações demográficas até comportamento de compra. Ao analisar esses dados, você pode criar uma persona do cliente, que representa o perfil do seu cliente ideal. Esta persona pode ajudá-lo a entender melhor as necessidades e desejos do seu público-alvo, permitindo uma abordagem de vendas mais personalizada.

Dica prática: não se esqueça de atualizar a persona do cliente à medida que novas informações forem coletadas para manter suas estratégias de vendas relevantes.



3. MONITORAR PROSPECÇÃO E ENTRADA DE NOVOS CLIENTES

As ferramentas de CRM têm relatórios de rastreamento de leads e novos clientes, o que permite aos gestores e vendedores monitorar a eficácia dos seus esforços de prospecção. Ao identificar quais táticas estão trazendo mais clientes, você pode focar seus recursos nessas áreas para aumentar as vendas.

Dica prática: use os recursos de segmentação e origem do CRM para mapear as estratégias que trazem mais novos clientes.



4. INFORMAÇÕES DE VENDAS NO CRM: COMO RECUPERAR CLIENTES INATIVOS

Os clientes inativos representam uma oportunidade de vendas potencialmente grande. Use o CRM para identificar esses clientes e desenvolver estratégias específicas para reengajá-los. Talvez uma oferta especial ou um lembrete sobre o valor do seu produto ou serviço seja suficiente para trazê-los de volta.

Dica prática: monitore as reações dos clientes inativos às suas estratégias de recuperação para entender o que funciona e o que não funciona.



5. CURVA ABC DE CLIENTES E PRODUTOS

A análise da Curva ABC ou Lei de Pareto permite aos gestores e vendedores identificar quais clientes e produtos são mais valiosos para a empresa. A classificação “A” geralmente é reservada para os clientes ou produtos que geram a maior parte do faturamento. Use o CRM para realizar essa análise e direcionar seus esforços.

Dica prática: revise a análise da Curva ABC periodicamente para garantir que suas estratégias de vendas estejam alinhadas com as mudanças no comportamento do cliente ou no desempenho do produto.



6. ACOMPANHAR AS METAS E PREVISÕES DE VENDAS

O software de CRM é uma excelente ferramenta para acompanhar as metas de vendas e as previsões. Os gestores podem monitorar o desempenho individual e da equipe, enquanto os vendedores podem acompanhar suas próprias metas. As previsões de vendas, baseadas nos dados da plataforma de CRM, podem ajudar a empresa a planejar o futuro.

Dica prática: use as informações de vendas no CRM para acompanhar as metas de vendas em tempo real e ajustar as previsões conforme necessário.



7. MEDIR O DESEMPENHO DA EXECUÇÃO DA ESTRATÉGIA

Por fim, é crucial usar os dados do software de CRM para avaliar o desempenho da execução de sua estratégia de vendas. Os KPIs (Key Performance Indicators), como a taxa de conversão de leads e o valor médio da venda, podem fornecer uma visão clara de como a estratégia está sendo executada.

Dica prática: use os dados do CRM para ajustar sua estratégia de vendas com base no desempenho dos KPIs.



8. RELACIONAMENTO E FIDELIZAÇÃO DE CLIENTES

Além de gerenciar a prospecção e aquisição de novos clientes, um CRM eficiente também pode ser usado para manter e melhorar o relacionamento com os clientes atuais. Os dados do CRM podem ser utilizados para entender as necessidades e expectativas dos clientes, permitindo uma comunicação mais personalizada.

Dica prática: use o histórico de interações do cliente para personalizar suas comunicações. Por exemplo, se um cliente costuma comprar um determinado produto, você pode informá-lo quando esse produto estiver em promoção.



9. ANÁLISE DE SATISFAÇÃO DO CLIENTE

A satisfação do cliente é um aspecto vital para o sucesso de qualquer negócio. As informações de vendas no CRM pode ajudá-lo a coletar feedback dos clientes através de pesquisas e questionários. Essas informações são preciosas para identificar áreas de melhoria e para desenvolver estratégias para aumentar a satisfação do cliente.

Dica prática: use as informações coletadas para implementar mudanças que aumentem a satisfação do cliente. Lembre-se, um cliente satisfeito é mais propenso a ser leal e a fazer mais compras.



10. AVALIAÇÃO DO CICLO DE COMPRA DO CLIENTE

A análise do ciclo de compra do cliente ajuda a entender o comportamento do cliente em diferentes fases, desde a aquisição até a retenção. Essa análise pode ajudá-lo a identificar oportunidades para melhorar a experiência do cliente e, conseqüentemente, as vendas.

Dica prática: acompanhe o comportamento do cliente mensalmente e ajuste sua estratégia de acordo com sua periodicidade de compra.



11. ANÁLISE DE PERDAS DE VENDAS E PROPOSTAS

Nem todas as interações levam a uma venda, e é aí que a análise de perdas de vendas e oportunidades entram em jogo. Os gestores e vendedores podem usar o software de CRM para entender por que uma venda não foi concluída. Essa análise pode ajudar a identificar problemas e oportunidades para melhorar as vendas no futuro.

Dica prática: use a análise de propostas perdidas para identificar padrões e promover melhorias.





12. AVALIAÇÃO DO TEMPO DE RESPOSTA

Uma resposta rápida e eficiente pode ser a diferença entre fechar uma venda ou perder um cliente. O CRM de vendas pode ajudar a monitorar o tempo de fechamento médio da venda, permitindo que você veja se a sua equipe está atendendo às expectativas dos clientes.

Vale a pena ler – [Como Identificar Sinais de Compras do seu Cliente?](#)

Dica prática: monitore o tempo de resposta e implemente melhorias para aumentar a agilidade na resposta.





13. ANÁLISE DE TENDÊNCIAS DE MERCADO

Finalmente, o CRM também pode ser usado para entender as tendências de mercado. Ao acompanhar o comportamento do cliente ao longo do tempo, você pode identificar tendências e ajustar suas estratégias de vendas.

Dica prática: fique de olho em mudanças no comportamento de compra dos clientes, pois isso pode indicar uma nova tendência de compra ou novos produtos.

O CRM, quando usado efetivamente, pode transformar a forma como você gerencia suas vendas. Ele oferece uma visão valiosa sobre seu cliente, suas preferências e comportamentos, permitindo que você personalize sua abordagem e, conseqüentemente, aumente suas vendas.



A vertical photograph on the left side of the page shows a person's hand holding a black pen, ready to write on a document. The document has a pink sticky note and a blue-lined section. The background is blurred, showing an office setting.

CONCLUSÃO

Neste mundo de negócios cada vez mais orientado a dados, a utilização de um sistema de CRM é fundamental para qualquer estratégia de vendas bem-sucedida.

A capacidade de coletar, analisar e utilizar efetivamente os dados de vendas pode ser o divisor de águas entre uma empresa que prospera e uma que luta para sobreviver.

As informações de vendas no CRM, quando devidamente analisadas, podem fornecer insights inestimáveis, permitindo a criação de novas estratégias de vendas, definição do perfil do cliente ideal, monitoramento da prospecção e entrada de novos clientes, recuperação de clientes inativos, aplicação da Curva ABC, acompanhamento das metas e previsões de vendas e medição do desempenho da execução da estratégia.

Faça bom uso do seu CRM e aumente as suas vendas!

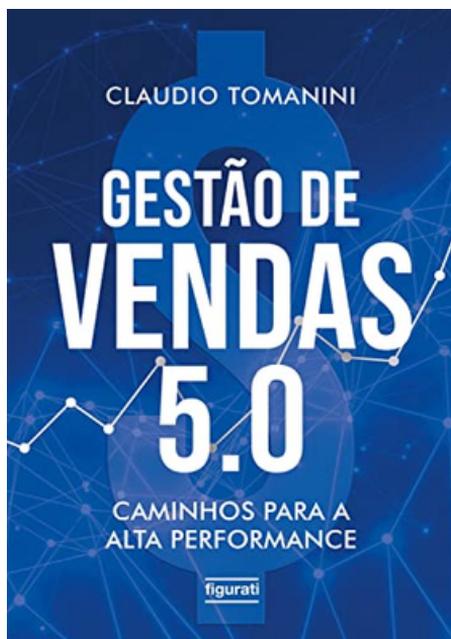


DICA DE LIVRO

Gestão de vendas 5.0: Caminhos para a alta performance

Neste livro você compreenderá que tudo mudou, que não se deve insistir na mesmice em vendas.

Vendas são um processo e não um evento, que se aprende, que não é tentativa e erro, mas sim preparo, planejamento, execução e controle.



ASSISTA AO VÍDEO



E AÍ? GOSTOU DESSE CONTEÚDO?

Conheça nosso

Software de CRM

AGENDE UMA CALL DE
APRESENTAÇÃO

 Clientar
CRM

Sistema de gestão da
carteira de clientes.



clientarcrm.com.br

CONHEÇA O AUTOR

Paulo Araújo

Fundador da Clientar CRM

Palestrante e Consultor de Vendas



Autor dos livros

