

# Clientar

# RELATÓRIOS

## DO CRM



PAULO ARAÚJO



# INTRODUÇÃO

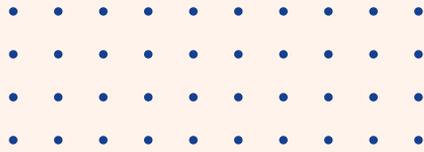
O Clientar oferece um método de vendas com um robusto pacote de **relatórios no CRM**. É um software de CRM essencial para pequenas e médias empresas que fazem vendas técnicas, recorrentes e consultivas.

Nosso **CRM de vendas** proporciona uma gestão completa da carteira de clientes assegurando um atendimento consistente e eficiente. Em nosso método acreditamos que uma empresa só consegue aumentar suas vendas se dedicar tempo, conhecimento e esforço em três categorias de clientes, são eles:

- Prospects
- Ativos
- Inativos

Um dos principais diferenciais da Clientar é o gerenciamento automático de cada perfil de cliente - **prospects, ativos, inativos ou desativados**. Através do seu intuitivo painel de controle, são apresentados cartões informativos coloridos que destacam os clientes que necessitam de um acompanhamento mais frequente.





☰   🔔 👤

**6 OPORTUNIDADES** 

Sem contato a mais de 7 dias.

**3 ATIVOS** 

Sem contato a mais de 35 dias.

**0 INATIVOS** 

Sem contato a mais de 42 dias.

**3 PROSPECTS** 

Sem contato a mais de 1 dias.

**125 LEADS** 

Para serem validados.





Com a **implementação do CRM** da Clientar, os vendedores garantem que nenhum cliente seja negligenciado, mantendo o timing de venda sempre adequado. O sistema proporciona uma gama variada de relatórios, incluindo vendas, produtos, propostas ganhas e perdidas, históricos de relacionamento e a valiosa **Curva ABC de Pareto**.

Adicionalmente, o Clientar permite a **integração com o ERP** e outras ferramentas digitais. Há também a opção para solicitar a customização de formulários ou relatórios, adaptando o software às necessidades específicas de cada negócio.

O **suporte ao cliente da Clientar** é personalizado, incluindo treinamento durante a fase de implementação. Os valores estão entre os mais competitivos do mercado com a cobrança baseada no número de usuários contratados.

Assim, a Clientar apresenta-se como uma opção excelente para empresas que realizam vendas mais técnicas e consultivas, como prestadores de serviços, pequenas e médias indústrias.



CRM

Dashboard >

Contacts >

Leads >

Orders >

Sales >

Costs >

Accounts >

Reports >

Settings >

Lead

# OS RELATÓRIOS DO CRM AJUDAM EM QUÊ?

Os relatórios do software de CRM fornecem uma visão abrangente dos dados do cliente, permitindo que as empresas entendam melhor seu público e aprimorem suas estratégias de vendas e marketing.

Eles ajudam a identificar tendências, medir a eficácia das campanhas, rastrear o desempenho das vendas e muito mais.

Além disso, os relatórios do sistema de CRM podem destacar áreas de melhoria, ajudando as empresas a ajustar seus esforços para melhor atender às necessidades de seus clientes.



# RELATÓRIOS DO CRM DE CLIENTES

Os relatórios de clientes são uma das ferramentas mais valiosas em qualquer sistema de CRM. Eles fornecem informações detalhadas sobre o cadastro do cliente e seus contatos.

Esses relatórios no CRM ajudam a empresa a entender melhor seus clientes, permitindo-lhes personalizar suas ofertas e serviços para atender às necessidades específicas do cliente.

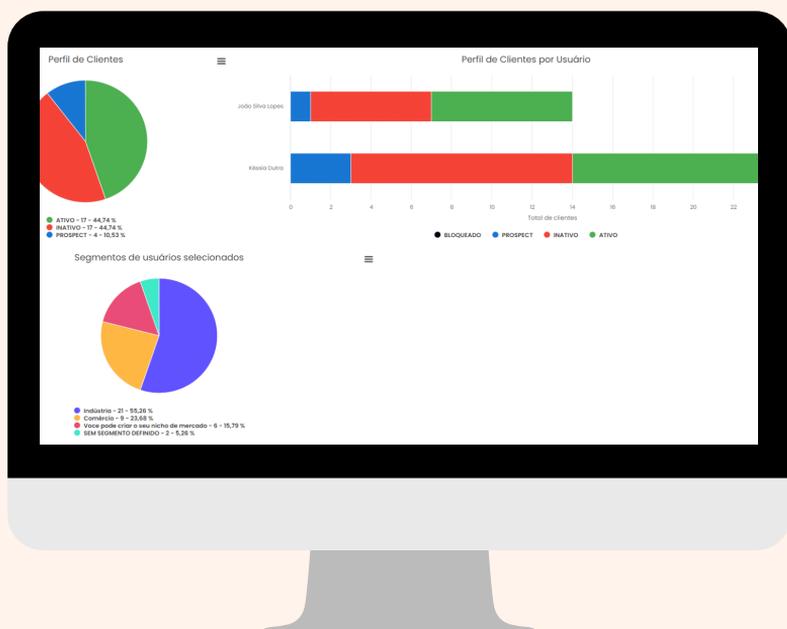
No módulo de clientes destaque as seguintes informações:

## 1. Carteira de clientes

O relatório de carteira de clientes, assim como diz o nome, é onde o vendedor ou o gestor pode verificar quantos clientes estão cadastrados em nome de cada usuário.

O relatório separa os clientes por perfil. Assim pode-se saber quantos clientes são prospects, ativos, inativos ou desativados.

Uma grande vantagem em vendas é justamente saber quantos clientes cada vendedor consegue atender de acordo com o follow up adequado e o tempo médio de fechamento da venda.



 Clientar



## 2. Localização

Esse relatório traz a localização de cada cliente e em seu gráfico demonstra quantos clientes você tem em cada estado ou cidades escolhidas. Um diferencial é que você pode filtrar os clientes pelo DDD e assim preparar uma boa rota de visitas ou ligações e ainda separar a carteira de clientes por regiões.

## 3. Segmento

Nosso sistema de CRM tem a opção de parametrizar os segmentos de atuação, assim ao cadastrar seu cliente você o classifica em um nicho pré-definido. Com isso, o vendedor dedica tempo, esforço e foco naqueles segmentos que tem mais possibilidade de comprar o seu produto ou serviço.

A estratégia de segmentação quando bem utilizada é uma importante ferramenta de vendas para melhorar o desempenho do vendedor e definir o Perfil de Cliente Ideal.

Com esse relatório o usuário saberá quais são os segmentos mais ou menos citados e verificar se isso está de acordo com a execução da estratégia definida.



## 4. Origem

Essa informação também pode ser parametrizada em nossa configuração. A Origem se refere de como ou onde foi prospectado esse cliente.

Ao parametrizar você descobre se esse cliente nos procurou ou foi cadastrado por qual meio, como por exemplo, uma indicação, das campanhas em redes sociais, Google, prospecção ativa ou passiva, ou qualquer outro meio que você utiliza para captar clientes.





# RELATÓRIOS DE HISTÓRICO DE RELACIONAMENTO

Esse módulo de relatório no CRM tem por objetivo mostrar as interações e contatos realizados pelos usuários com os seus clientes.

Estão assim divididos:

## 1. Interações

O relatório de interações é um dos mais utilizados em nosso software de CRM.

Você define o período de avaliação e assim analisa todas as interações realizadas pelo vendedor com cada cliente, atividade e resultado. Ainda ao clicar em Resultado você pode verificar os comentários do seu vendedor.

O gráfico final traz algumas informações muito interessantes como por exemplo: qual o segmento, origem e formulário que está recebendo mais interações da sua equipe de vendas.



## 2. Clientes sem contato

Esse relatório tem uma particularidade. O objetivo aqui é descobrir os clientes que estão “abandonados”.

Você pode filtrar por períodos pré-selecionados como acima de 30 dias, acima de 90 dias, até mesmo um ano. São vários os períodos pré-definidos.

Assim nenhum cliente sente-se negligenciado, fica fácil de saber quais os clientes que o vendedor não consegue atender e fazer uma melhor distribuição das carteiras.

Cliente sem contato

**Campos**

PERFIL Seleção

PAÍS Seleção

ESTADO Seleção

CIDADE Seleção

CLIENTES Seleção [Aplicar filtro](#)

SEGMENTO Seleção

ORISEM Seleção

**Usuários**

Exibir bloqueados  Marcar todos

Christiano Rizzental

Paulo Araújo

Wellington

Exibir separado por usuário

**Filtro específico**

PERÍODO Seleção

Até 30 dias

Entre 31 e 60 dias

Entre 61 e 90 dias

Entre 91 e 180 dias

Entre 181 e 360 dias

Acima de 30 dias

Acima de 60 dias

Acima de 90 dias

 Clientar





### 3. Agenda

No relatório de agenda você tem acesso de onde esteve ou estará cada vendedor, com dia e local da visita.

Essa informação também pode ser visualizada dentro da Agenda ao selecionar o nome do usuário.

## Relatórios do CRM de Vendas Oportunidades e Produtos

Esses relatórios no CRM fornecem uma visão detalhada do desempenho de vendas da sua equipe.

Estão assim distribuídos:

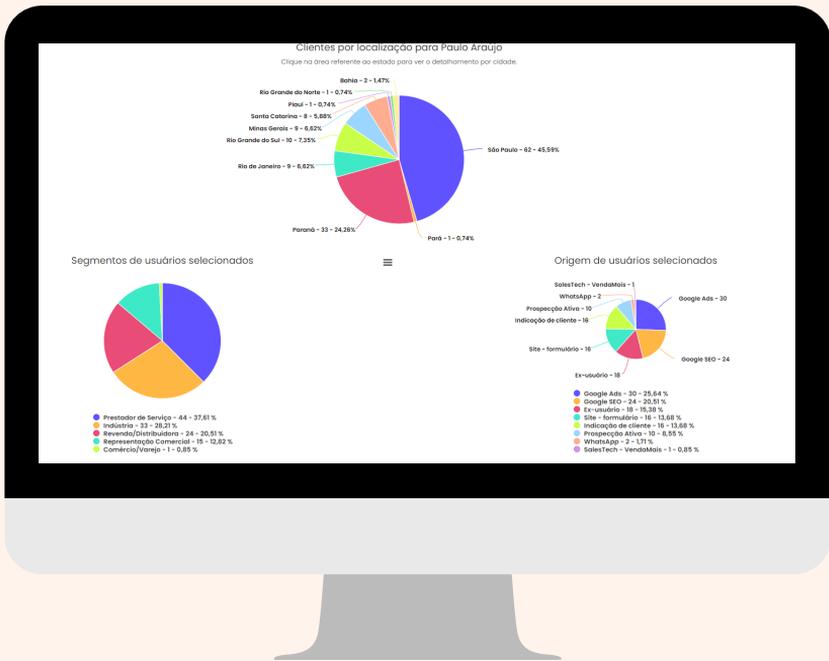
### 1. Vendas

O relatório de vendas traz informações primordiais ao mostrar quanto cada vendedor vendeu ou ainda quanto a equipe vendeu.

Você pode selecionar por períodos, segmento, localização ou origem.

No final do relatório tem a informação que mais importa: quais são os segmentos de clientes que mais compram e as suas origens. Essa é uma importantíssima informação para definir novas estratégias de prospecção de clientes, por exemplo.





## 2. Prospect - Ativo

Aqui você saberá quantos clientes novos entraram no período, sua primeira compra e compras recorrentes.

Que tal fazer uma campanha de vendas e premiar os vendedores que mais conquistaram novos clientes?

## 3. Inativo - Ativo

Nesse caso fica fácil medir quantos e quais clientes foram recuperados por vendedor dentro do período selecionado.

Esse é um relatório que pode ajudar a medir a campanha de premiação por clientes recuperados, por exemplo.



## 4. Vendas canceladas

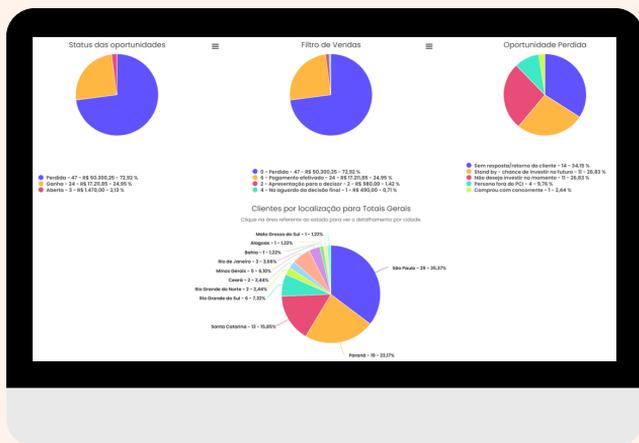
Essa informação traz os clientes que cancelaram pedidos em determinado período e assim descobrir quais foram os principais motivos.

## 5. Oportunidades ou Propostas

Sem dúvida esse é um dos relatórios no CRM que é mais utilizado.

Aqui você levanta a informação por vendedor ou por toda a equipe de quantas propostas ou oportunidades foram emitidas em determinado período e assim saber quantas foram ganhas, as que estão em aberto estão em qual etapa, as perdidas e por quais motivos não foram efetivadas.

Com isso você sabe qual é a taxa de conversão de vendas da equipe e de cada vendedor e os principais motivos pelas perdas das vendas e tomar as ações corretivas necessárias, além dos estados e cidades que mais solicitaram propostas.



## 6. Produtos em oportunidades e vendidos

Esse é um dos grandes diferenciais do nosso sistema de CRM.

Você cadastra seus produtos e tem acesso a relatórios de produtos vendidos e produtos que estão em orçamento.

Fica mais fácil definir estratégias de promoções ou ainda validar seus preços em relação aos seus concorrentes.





# RELATÓRIOS DO CRM DE METAS E CURVA ABC DE PARETO

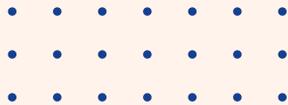
Esses relatórios no CRM ajudam com insights sobre quais clientes e produtos estão vendendo mais e quais estão vendendo menos, permitindo que a empresa ajuste sua estratégia de vendas ou marketing e ainda potencial de compra de cada cliente.

A Curva ABC, ou análise de Pareto, é uma técnica usada para identificar os itens mais significativos em um conjunto de dados.

No contexto do CRM, os relatórios da Curva ABC podem ajudar a identificar os clientes mais valiosos (aqueles que geram a maior parte da receita) ou os produtos mais vendidos.

Essas informações ajudam a empresa a concentrar seus esforços onde se gera maior faturamento.





Os relatórios no CRM que temos nesse módulo são:

## 1. Evolução das metas

Nos relatórios do CRM você encontra a Evolução de Metas.

Aqui você pode analisar cada vendedor, toda a equipe ou juntar alguns vendedores para analisar como está a evolução das metas mês a mês, gaps e o seu resultado no decorrer do ano corrente ou anteriores.





2. Relatórios do CRM - ABC de clientes, prospects, inativos e produtos.

A Lei de Pareto não foi reconhecida imediatamente. Depois de algum tempo, Joseph Moses Juran, que viveu de 1904 a 2008, percebeu o padrão 20-80 e começou a aplicá-lo em seus trabalhos relacionados com gestão de qualidade. Mais tarde começou a aplicar em várias áreas, inclusive vendas.

Pareto nos ensina que o ideal é...

- 20% clientes - 80% faturamento
- 30% clientes - 15% faturamento
- 50% clientes - 5% faturamento

Sendo assim, essa poderosa ferramenta é aplicada em nosso CRM trazendo a curva de Pareto nas seguintes situações:

#### a. ABC de clientes

Nesse caso o usuário escolhe o período que desejar para análise e assim, como resultado, tem o comportamento de compra, representatividade do cliente em suas vendas, timing de fechamento e os clientes separados em A, B ou C, conforme a teoria de Pareto.

O gestor pode analisar a curva ABC de cada vendedor ou juntar todos os vendedores em um gráfico só.



Cidade	UF	01/23	02/23	03/23	04/23	05/23	06/23	07/23
Curitiba	PR	12.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Curitiba	PR	0,00	81.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Curitiba	PR	20.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
EMBRAL DE SÃO MERDUL	AL	400,00	0,00	0,00	0,00	18.800,00	0,00	0,00
Curitiba/ma	SC	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	18.000,00
		183.000,00	81.000,00	0,00	0,00	18.800,00	0,00	18.000,00
								Média
Cidade	UF	02/23	03/23	04/23	05/23	06/23	07/23	07/23
Sorocaba do Pernambuco	SP	5.500,00	0,00	0,00	0,00	0,00	18.800,00	0,00
CAMPO GRANDE	MS	800,00	0,00	10.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Curitiba	PR	0,00	0,00	10.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Betim	MG	0,00	0,00	0,00	200	0,00	0,00	8.000,00
CURITIBA	PR	0,00	6.000,00	0,00	1.000,00	0,00	0,00	0,00
São Paulo	SP	0,00	5.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
SÃO PAULO	SP	0,00	0,00	0,00	3.000,00	0,00	0,00	0,00
		5.500,00	11.000,00	21.000,00	4.000,00	0,00	18.800,00	8.000,00
								Média
Cidade	UF	02/23	03/23	04/23	05/23	06/23	07/23	07/23
JAMBUÁ	AM	2.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Curitiba	PR	0,00	0,00	0,00	2.000,00	0,00	0,00	0,00
PÁHOÇA	SC	1.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Curitiba	PR	0,00	0,00	0,00	1.000,00	0,00	0,00	0,00
PALOTINA	PR	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1.000,00
NATAL	RN	500,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	5,00
Curitiba	PR	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	400,00	0,00
Indaial	SC	0,00	400,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Rio de Janeiro	RJ	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
São Bento do Sul	SC	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Santa Maria	RS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
		3.500,00	400,00	0,00	3.000,00	0,00	440,00	1.000,00
								Média

## b. ABC de Prospects

Esse relatório traz todos os clientes que estão no perfil Prospect, ou seja, que ainda não compraram, mas tem propostas ou oportunidades em aberto.

Com isso, o vendedor e o gestor podem definir estratégias para conquistar os melhores clientes.

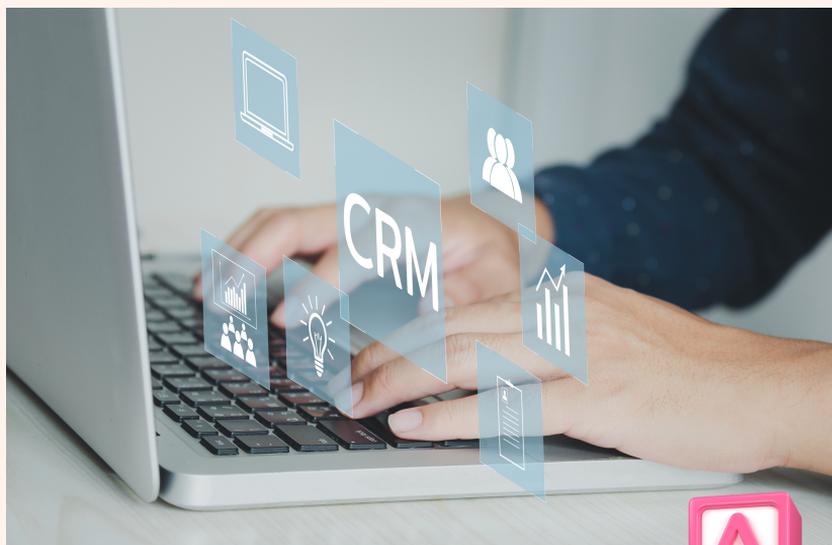
## c. ABC de Inativos

Uma vez parametrizada o tempo para o cliente se tornar Inativo o sistema de CRM automaticamente altera de Ativo para Inativo ao atingir o tempo definido sem novas compras.



#### d. ABC de Produtos

Aqui o relatório, uma vez definido o período, detalha os produtos mais vendidos para os menos vendidos. O diferencial é que se pode fazer a análise pelo critérios de Quantidade vendida ou pelo Valor do item.



 Clientar





# COMO TRANSFORMAR OS DADOS DOS RELATÓRIOS DO CRM EM ESTRATÉGIAS DE VENDAS

Transformar os dados dos relatórios do CRM em estratégias de vendas eficazes é um processo em duas etapas.

Primeiro, é preciso analisar os relatórios para obter insights. Isso pode incluir a identificação de tendências, a compreensão do comportamento do cliente e a identificação de oportunidades de melhoria.

Segundo, esses insights devem ser usados para informar a estratégia de vendas. Por exemplo, se os relatórios mostram que um produto específico está vendendo bem, a empresa pode querer aumentar a produção desse produto ou usar táticas de marketing semelhantes para outros produtos.



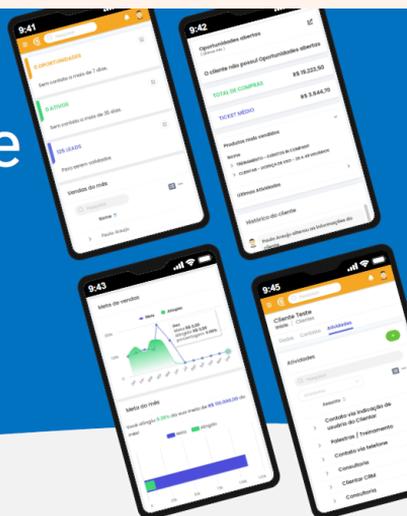
O relatório do CRM Clientar, mais do que robustos, são ferramentas poderosas que ajudam a entender melhor seus clientes e aprimorar suas estratégias de vendas. O usuário ao entender como usar esses dados tem total condição para tomar decisões mais eficazes e melhorar o seu desempenho comercial.

## Seu CRM onde você estiver

Agora com o aplicativo no seu celular. Nosso CRM é totalmente adaptado para usar no smartphone.

Desenvolvido em modo responsivo para facilitar seu uso e visibilidade.

Informação em tempo real na palma da sua mão!



# VÍDEO BÔNUS

## Os Relatórios no CRM Ajudam em Quê?



Sistema de gestão da  
carteira de clientes



[clientarcrm.com.br](http://clientarcrm.com.br)



**E AÍ?**

**GOSTOU DESSE CONTEÚDO?**

Conheça nosso

**Software de CRM**

AGENDE UMA CALL DE  
APRESENTAÇÃO



Sistema de gestão da  
carteira de clientes.



[clientarcrm.com.br](https://clientarcrm.com.br)

# CONHEÇA O AUTOR

Paulo Araújo

Fundador da Clientar CRM  
Palestrante e Consultor de  
Vendas



Autor dos livros

