

WEBCRM NA MELHORIA DA QUALIDADE DO ATENDIMENTO AO CLIENTE

ANDRADE, G. H. S.; CAMPOS, V. P. ; RANDO, D. R.; MODESTO, L. R.

Resumo

Objetivando melhorar a qualidade do atendimento e a busca de mais informações nas prospecções de negócios, o WebCRM foi desenvolvido para atender empresas de desenvolvimento de softwares ou empresas de representação. O WebCRM é importante na gestão do pós-venda, fornecendo informações ao setor comercial, para oferecer o produto de interesse do cliente. Foi utilizado, para o desenvolvimento do sistema, a linguagem de programação Java EE, IDE Eclipse e banco de dados MySQL.

Palavras-chave: CRM, sistema, banco de dados.

Abstract

Aiming to improve quality of the service and searching for more informations in business prospecting the WebCRM was developed to attend softwares development companies or representation companies. The WebCRM it's important in after sales management providing informations to comercial sector to offer product of interest to client. Was used for development of the system the programming language Java EE and IDE Eclipse and MySQL database.

Keywords: CRM, system, database.

INTRODUÇÃO

Como uma extensão do tradicional marketing referente aos relacionamentos, a aplicação ampliada e suportada por tecnologia constitui *Customer Relationship Management* (CRM), o gerenciamento dos relacionamentos com os clientes (BRAMBILLA, 2009).

O atendimento e a verificação das necessidades latentes dos clientes constituem fatores decisivos para a sobrevivência das organizações, independentemente do segmento em que atuam e da natureza de suas

operações. As empresas focadas na perspectiva dos clientes abordam a construção de relacionamentos como o diferencial competitivo almejado na atualidade. (BRAMBILLA; SAMPAIO; PERIN, 2008).

O CRM proporciona rentabilidade para a empresa desenvolvendo ações para a identificação e para o aumento das transações com os clientes de maior valor para a firma (BRAMBILLA, 2009).

As iniciativas tecnológicas de CRM obtêm o sucesso quando conseguem adequar o suporte da administração de cúpula e a capacidade de administrar conhecimento, suportados por adequada infra-estrutura de Tecnologia da Informação (TI), medida por prontidão tecnológica (BRAMBILLA, 2009).

É possível obter melhorias na qualidade do atendimento ao cliente utilizando o sistema WebCRM?

OBJETIVO

Diante do exposto, foram objetivos deste estudo a busca de informações para a melhoria da qualidade dos serviços de atendimento ao cliente e nas prospecções de negócios, visando o atendimento de empresas desenvolvedoras de softwares e representações de serviços diversos.

METODOLOGIA

Este trabalho foi realizado através de uma análise a uma empresa de representação de serviços, onde havia uma necessidade por maiores informações dos prospectos e clientes da mesma.

Para o projeto, foram coletados dados dos colaboradores da empresa e realizado um acompanhamento na rotina diária dos colaboradores para elaboração dos requisitos do sistema.

O sistema foi implementado na linguagem de programação Java EE, utilizando a IDE Eclipse JEE *Oxygen* R e banco de dados MySQL. Para persistir os dados no banco foi utilizado Hibernate JPA. Os componentes utilizados foram do projeto *primefaces*.

RESULTADOS

Os resultados obtidos possibilitaram o desenvolvimento de propostas de negócios melhores e mais eficazes, destacando os clientes que estariam aptos a aderirem algum produto e/ou serviço. Com a ajuda do sistema WebCRM, as pautas discutidas em reuniões são encontradas de forma rápida, facilitando muito o tema de novas reuniões e melhorias no projeto.

Como resultado do sistema de avaliação qualitativa, desenvolvido ao longo desse trabalho, foi possível obter uma visão dos pontos que demandavam uma maior atenção no processo de melhoria contínua, além do fornecimento de diretrizes para a solução de problemas em todo o processo de prospecção de negócios.

CONCLUSÃO

Atualmente, as empresas procuram estabelecer melhorias dentro de seus sistemas administrativos para alcançarem melhores resultados nas finalizações de vendas. Existem diversas opções de melhorias presentes no mercado, incluindo o CRM, que é um sistema voltado para o relacionamento com o cliente de forma individualizada e rápida.

A utilização do WebCRM atribui, para a empresa, vários pontos positivos, pois, em um mundo competitivo, as empresas buscam se destacar perante seus concorrentes sempre priorizando um atendimento de qualidade e pró-ativo.

REFERÊNCIAS

BRAMBILLA, F. R. Sales Force Automation (SFA) como ferramenta de vendas em aplicação do Customer Relationship Management (CRM). Disponível em <http://www.simpoi.fgvsp.br/arquivo/2009/artigos/E2009_T00005_PCN68207.pdf> . Acesso em 22 out. 17

BRAMBILLA, F. R.; SAMPAIO, C. H.; PERIN, M. G. Indicadores tecnológicos e organizacionais do Customer Relationship Management (CRM): relação entre

firma desenvolvedora, firma usuária e preceitos teóricos. **Perspectivas em ciências da informação**, v. 13, n. 2, p. 107-129, 2008.