

Painel **CRM** | Brasil 2007

R i c a r d o P o m e r a n z

Panorama da Prática de CRM no Brasil - Ano 2007

Em 2006, iniciamos uma pesquisa para mapear as dificuldades, desafios e resultados encontrados na implementação dos processos de *Gerenciamento do Relacionamento com os Consumidores* em nosso País. Este documento apresenta os resultados encontrados no ano de 2007 e tem como objetivo suportar a análise comparativa temporal com o ano anterior, para que possamos compreender a evolução das práticas de CRM dentro das organizações. Para tanto, é fundamental que as informações aqui apresentadas sejam estudadas com base nas análises já descritas no relatório do PainelCRM 2006. Exceção deve ser considerada com relação aos tópicos de eCRM ou CRM no canal eletrônico, que começou a ser estudado no ano seguinte.

Informações sobre a pesquisa

Período

Outubro a novembro de 2007

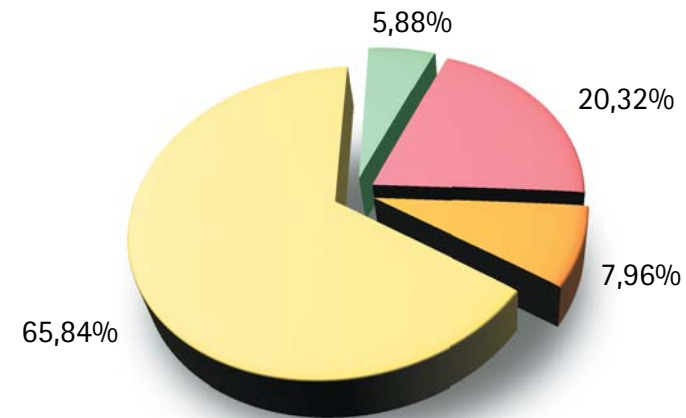
Metodologia

Pesquisa quantitativa através da Internet, acrescida de amostra adicional para entrevista presencial com enfoque qualitativo.

Total

817 profissionais de **772**
organizações estabelecidas no Brasil

Público pesquisado

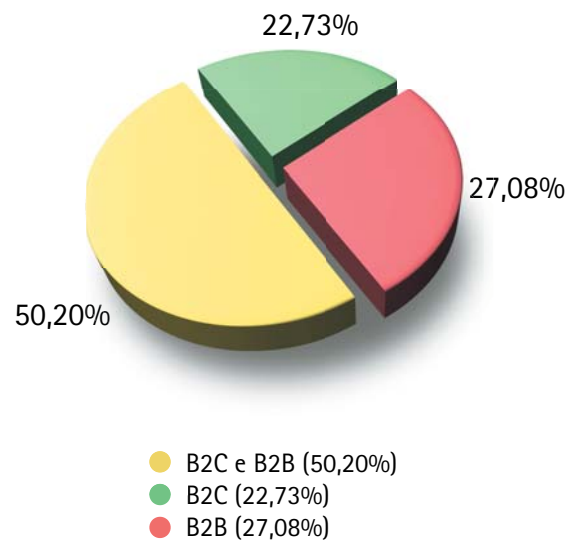


- Grupo 1: Empresas que já implementam programas de CRM
- Grupo 2: Fornecedores das soluções de CRM
- Grupo 3: Agências de marketing que auxiliam as empresas a desenvolver as ações de CRM
- Grupo 4: Consultores que ajudam a disseminar e implantar os programas de CRM nas organizações

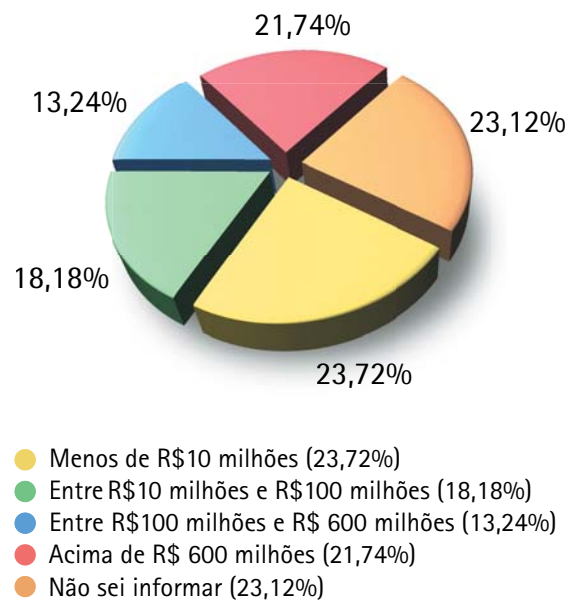
Perfil das empresas que implementam programas de CRM (Grupo 1)

Setores da economia mais destacados: telecomunicação, mercado financeiro, educação, computação, alimentação, manufatura, varejo, construção, transporte, farmacêutico e serviços.

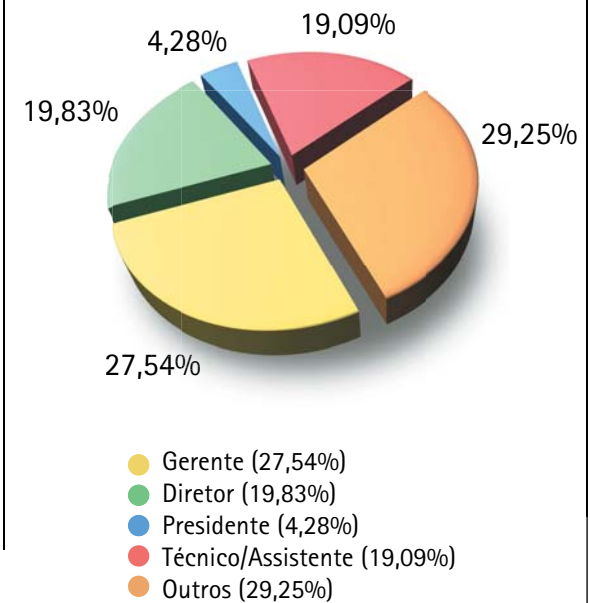
Segmentos de Atuação



Distribuição das Empresas por Faixa de Faturamento Anual

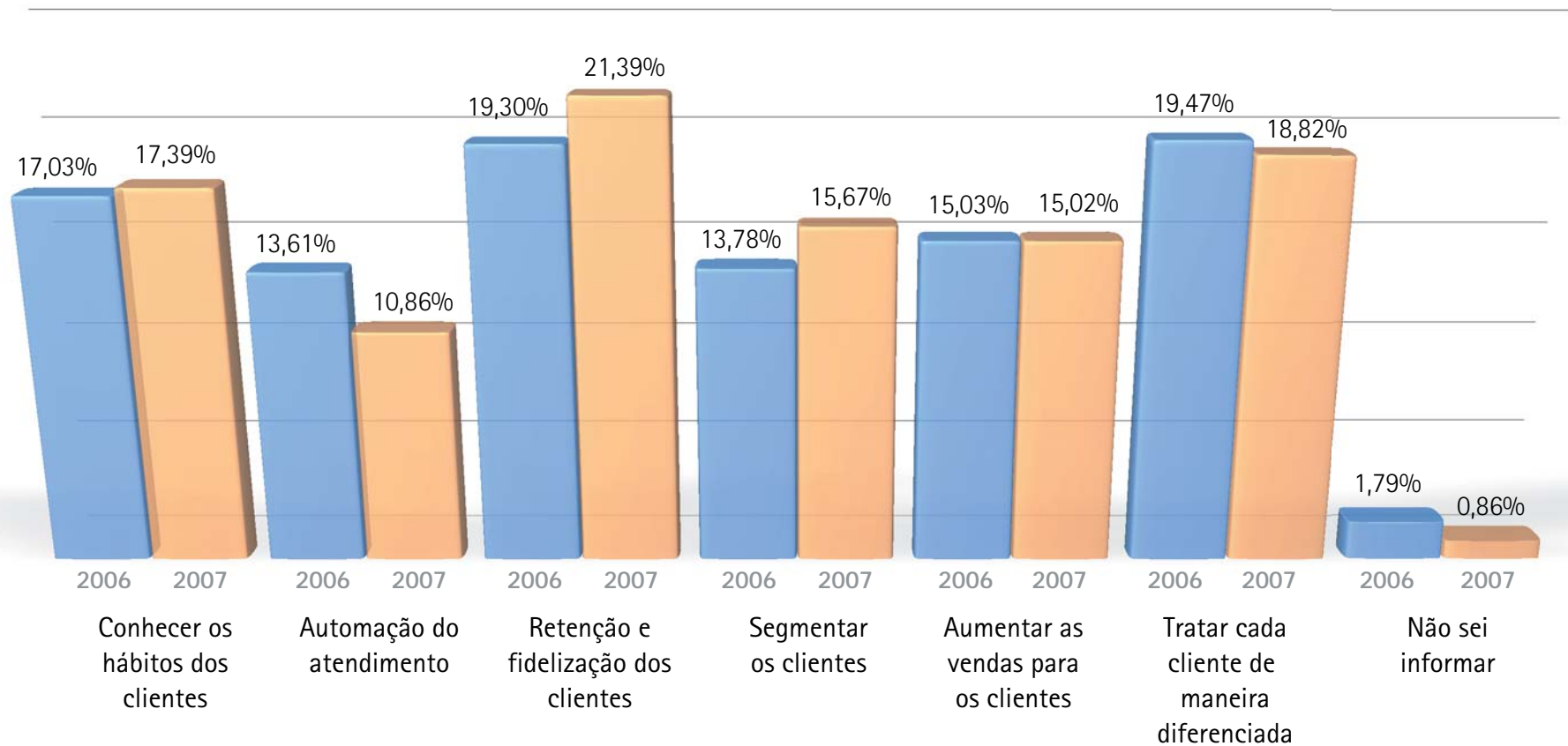


Perfil dos Profissionais Entrevistados

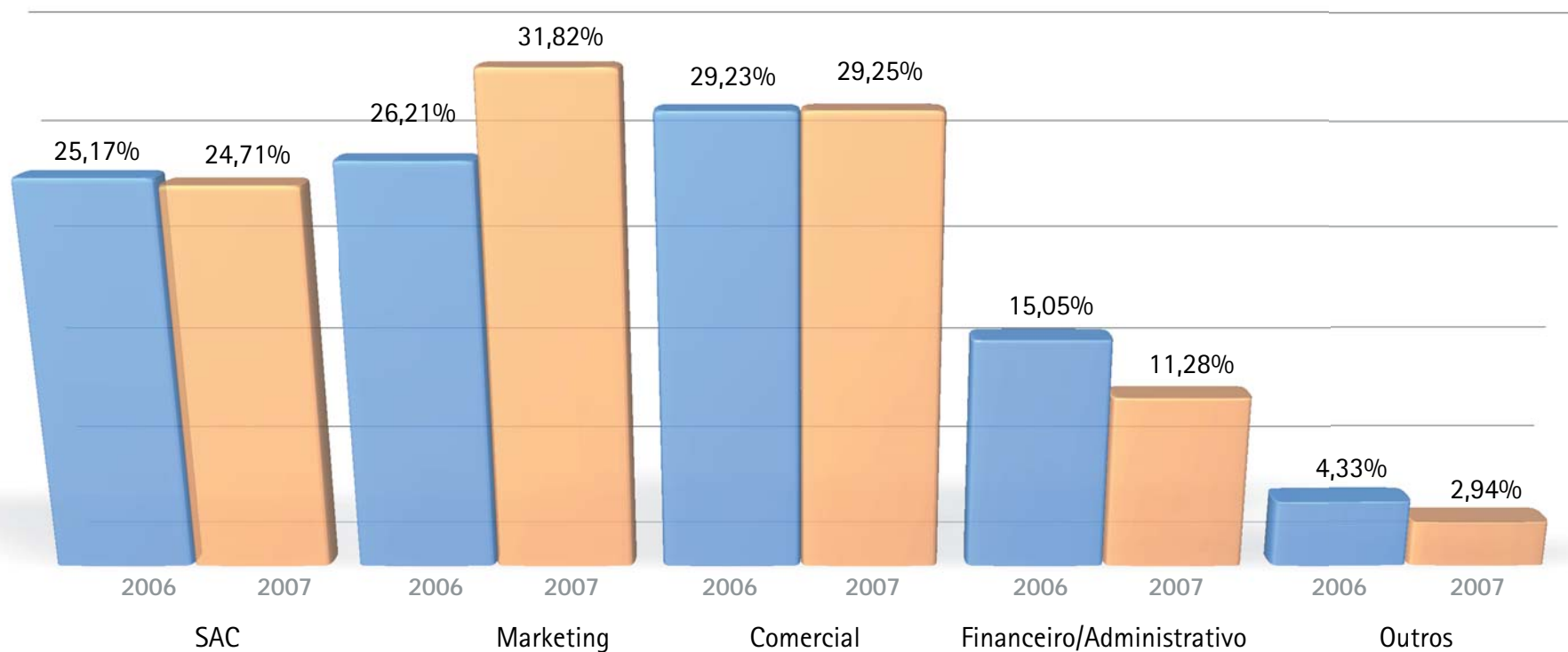


Gráficos comparativos 2006-2007

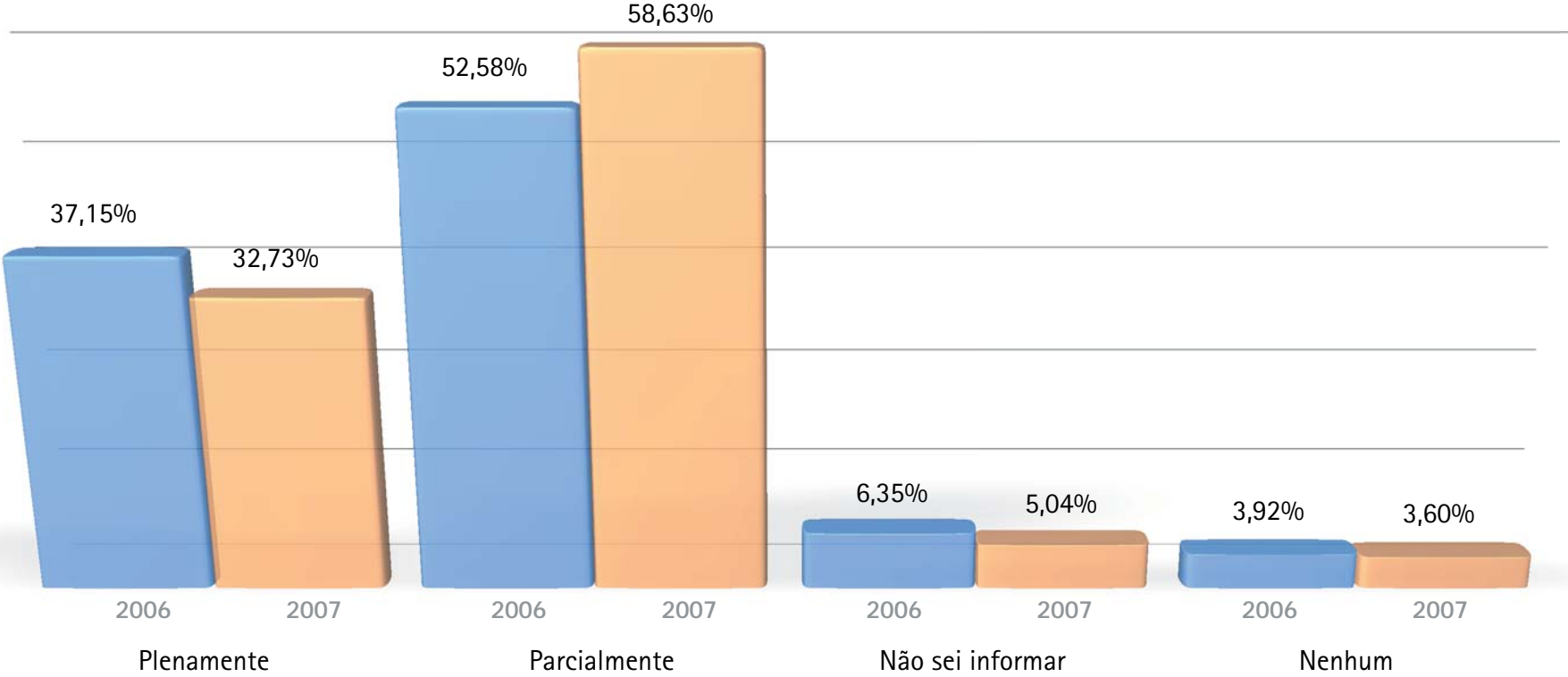
Visão sobre CRM
 Quais os objetivos da empresa na implementação do Programa de CRM



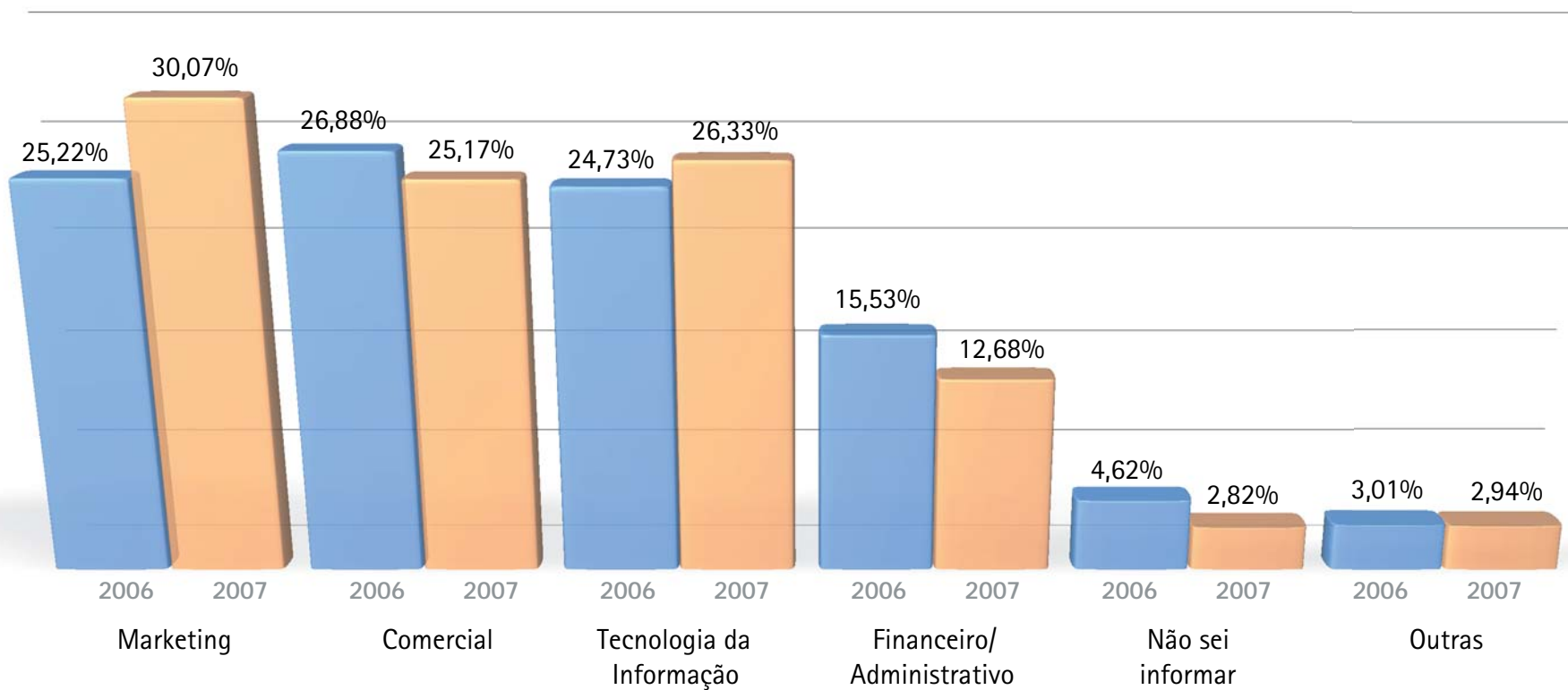
Visão sobre CRM Departamentos nas empresas que praticam o CRM



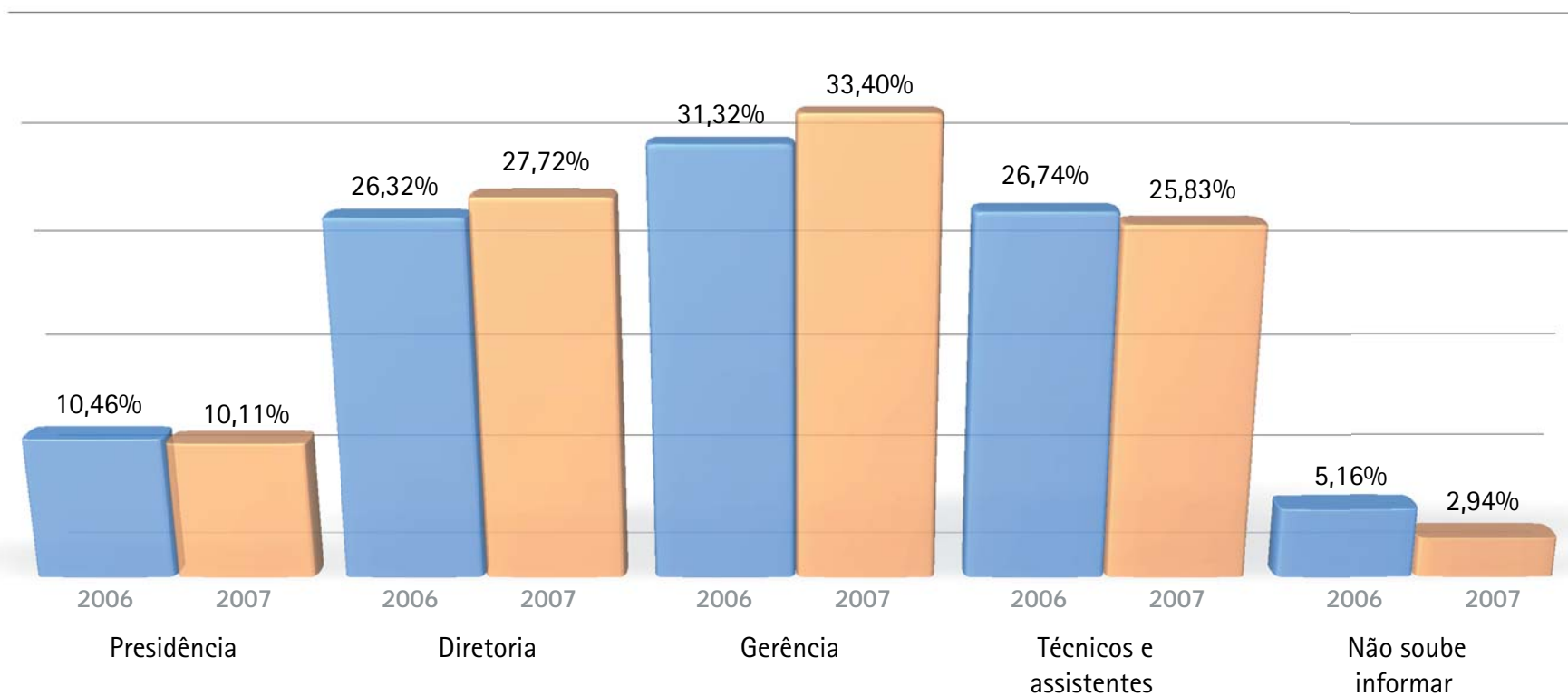
Visão sobre CRM
Grau em que os departamentos envolvidos compartilham os dados dos clientes



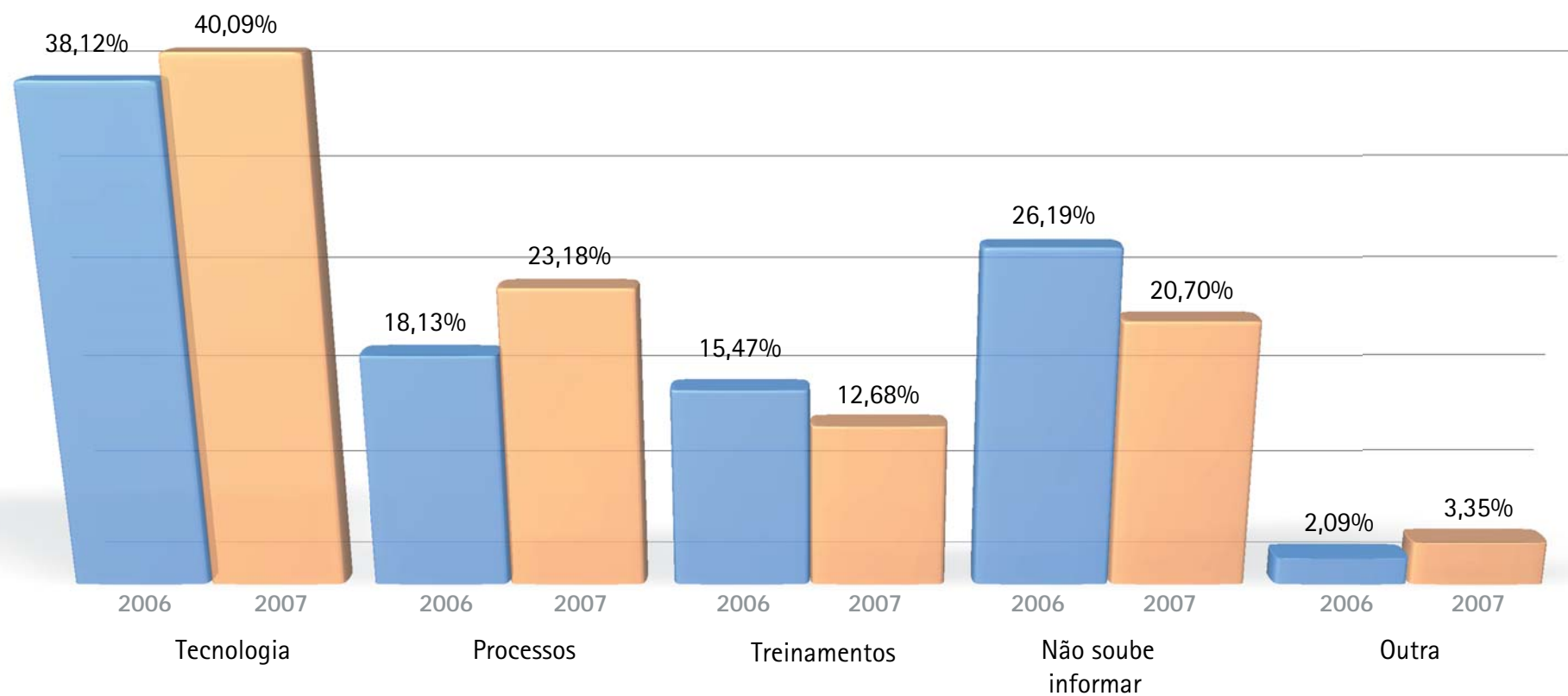
Implantação do Programa de CRM
Áreas das empresas envolvidas na implantação do Programa



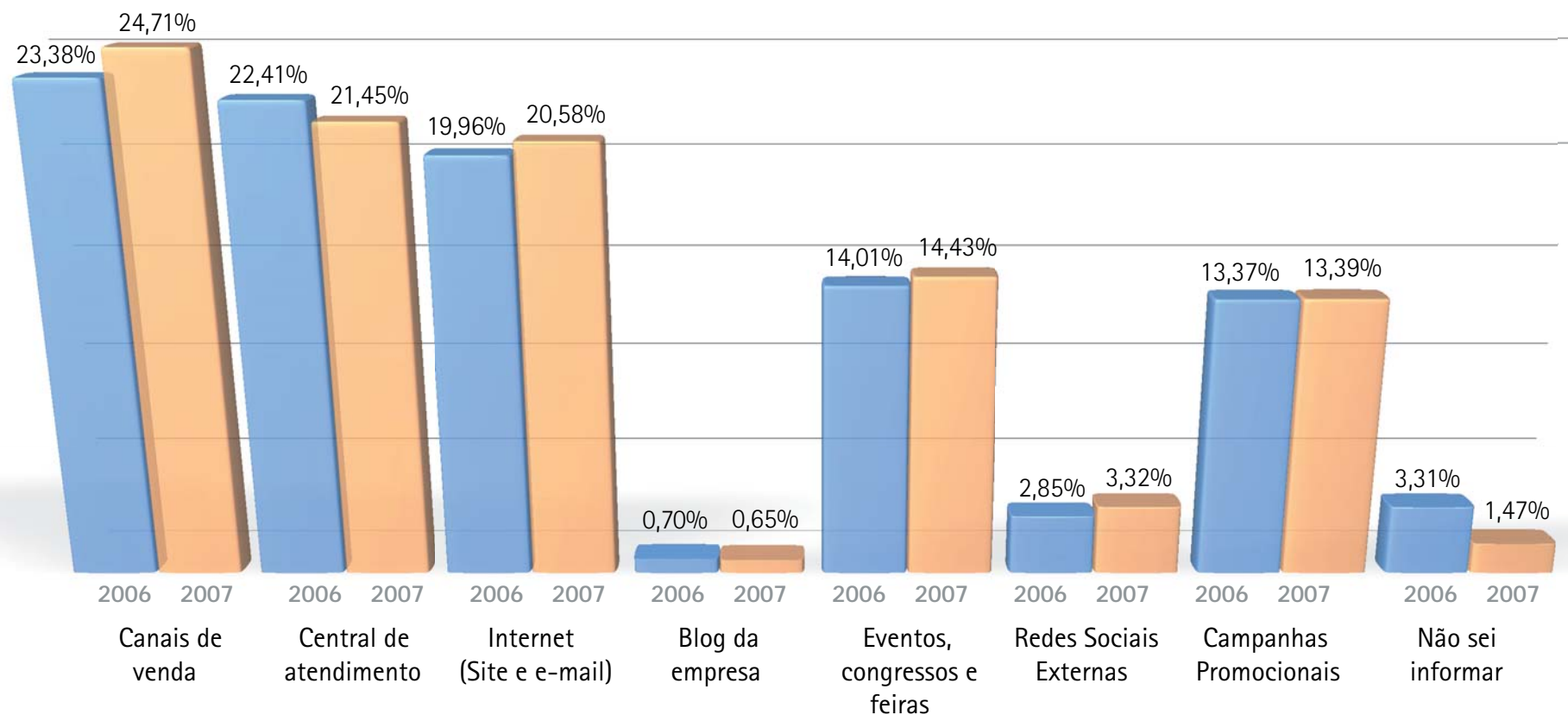
Implantação do Programa de CRM
Nível hierárquico dos profissionais envolvidos na implantação do Programa de CRM



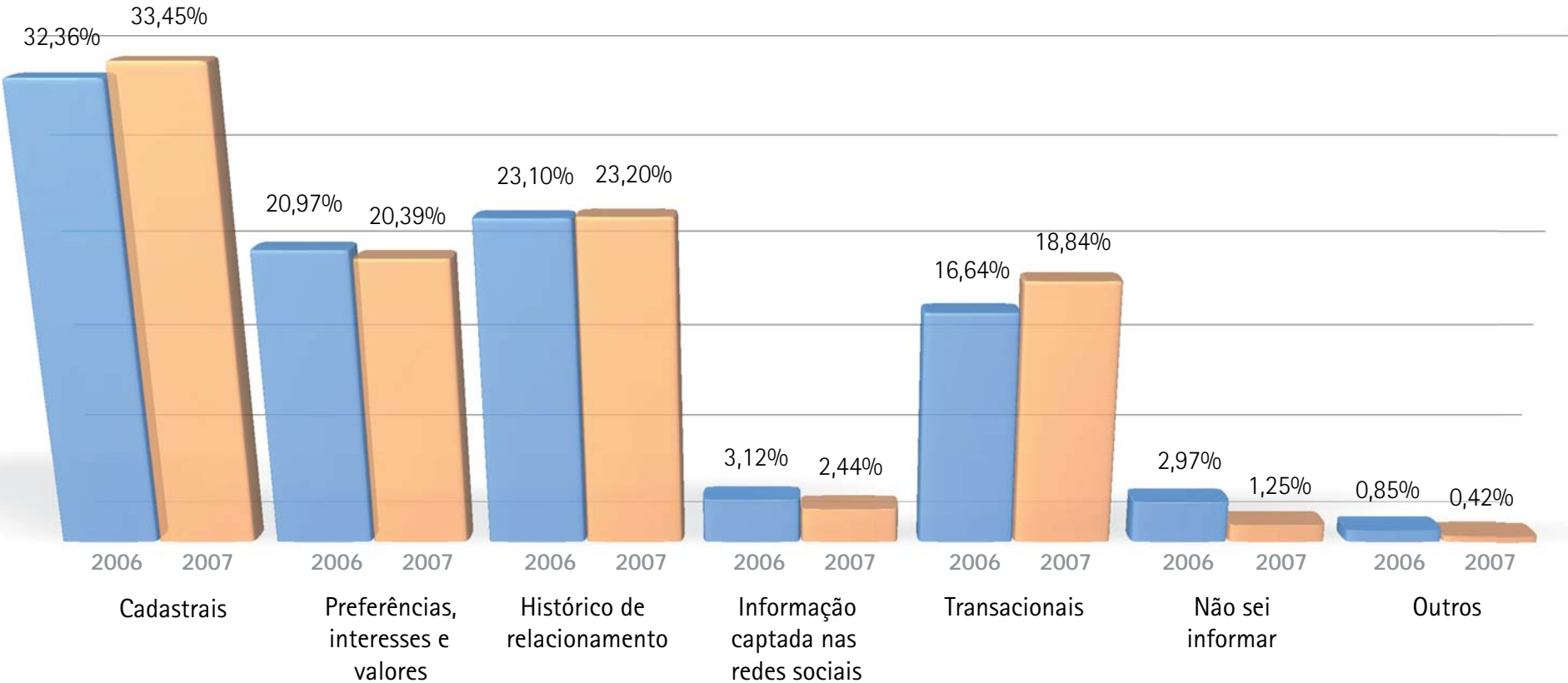
Implantação do Programa de CRM Qual área consumiu os maiores investimentos no Programa



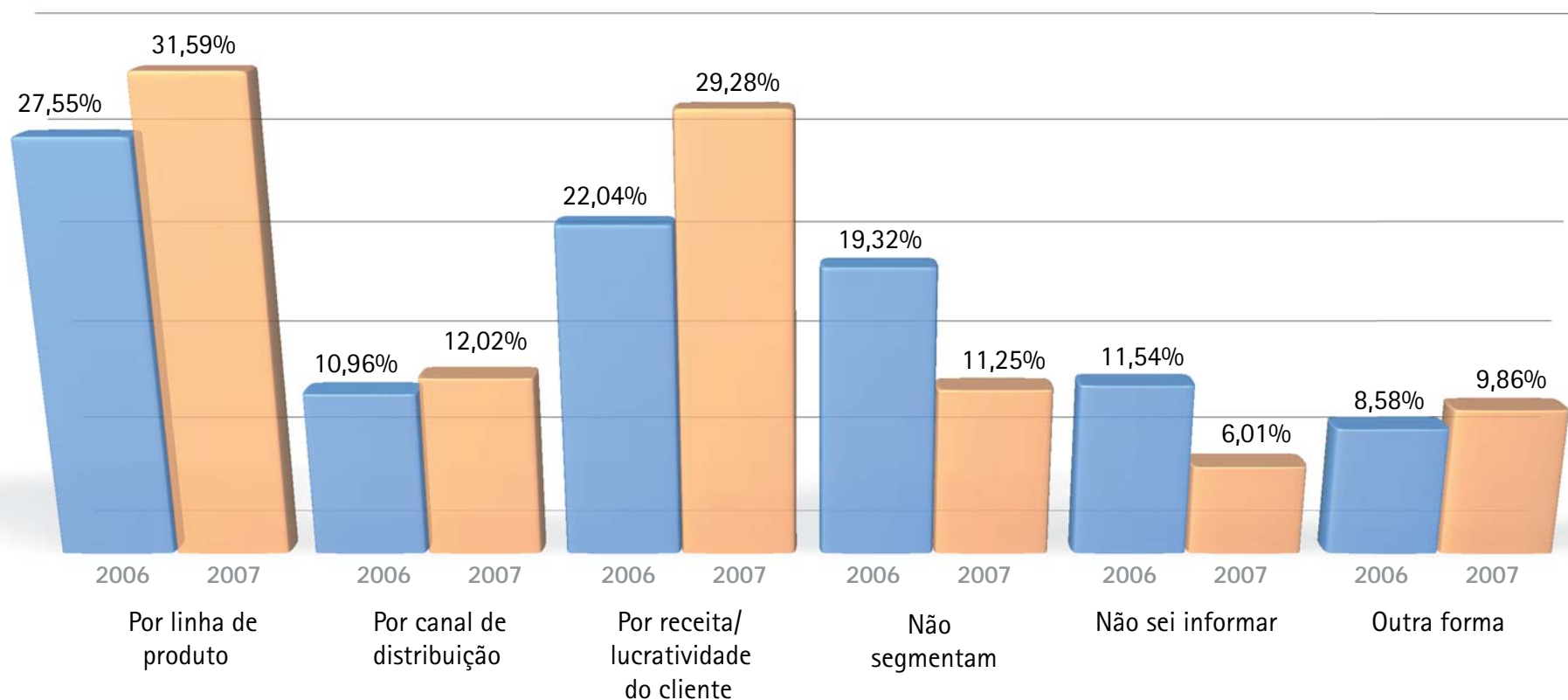
Utilização do CRM
Canais de captura de dados



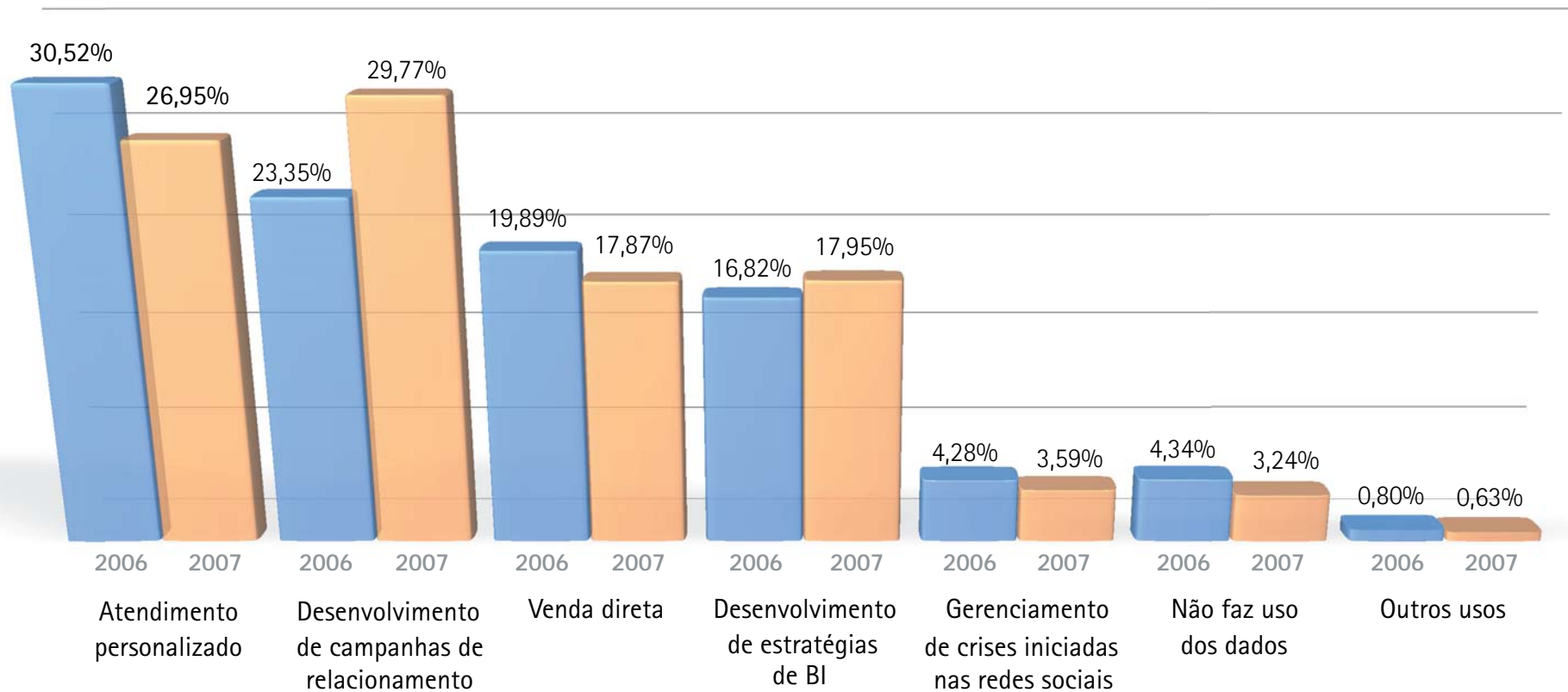
Utilização do CRM
Tipos de dados captados



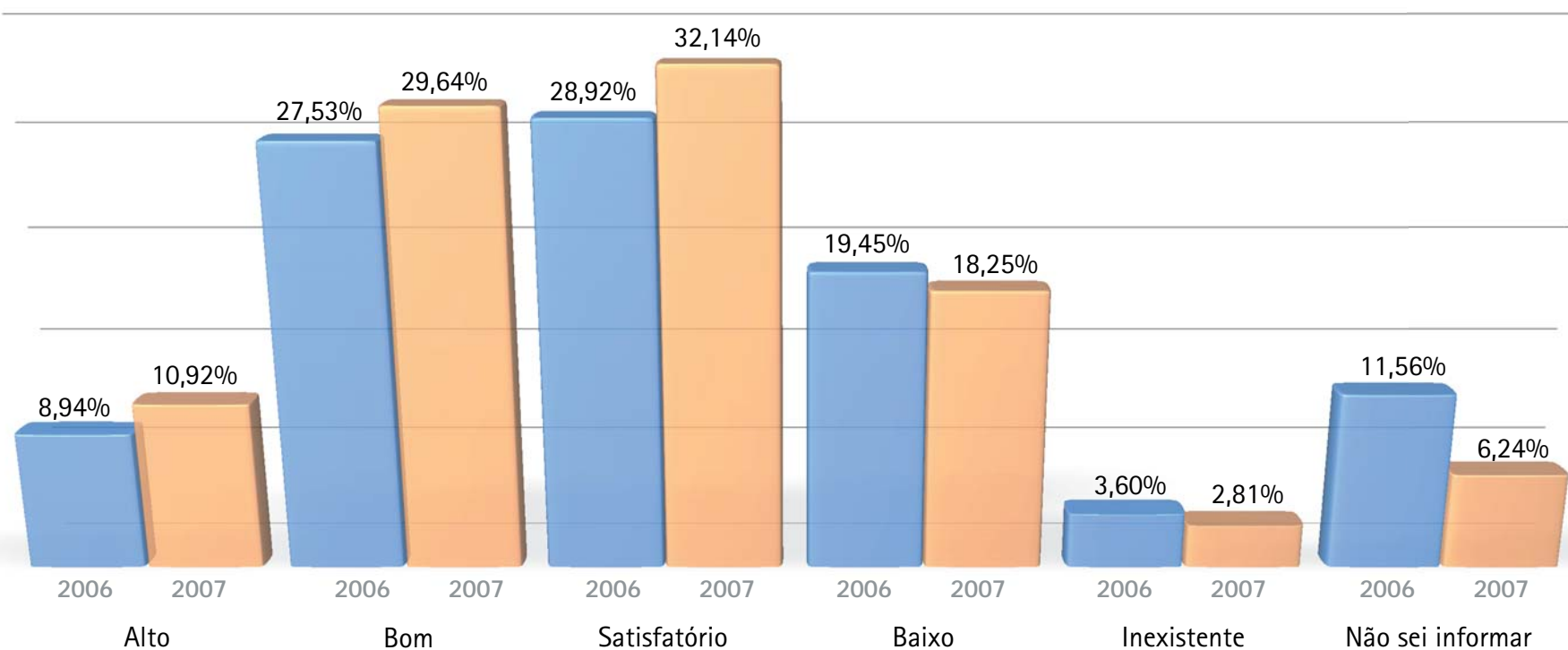
Utilização do CRM *Como são feitas as segmentações dos clientes na sua empresa*



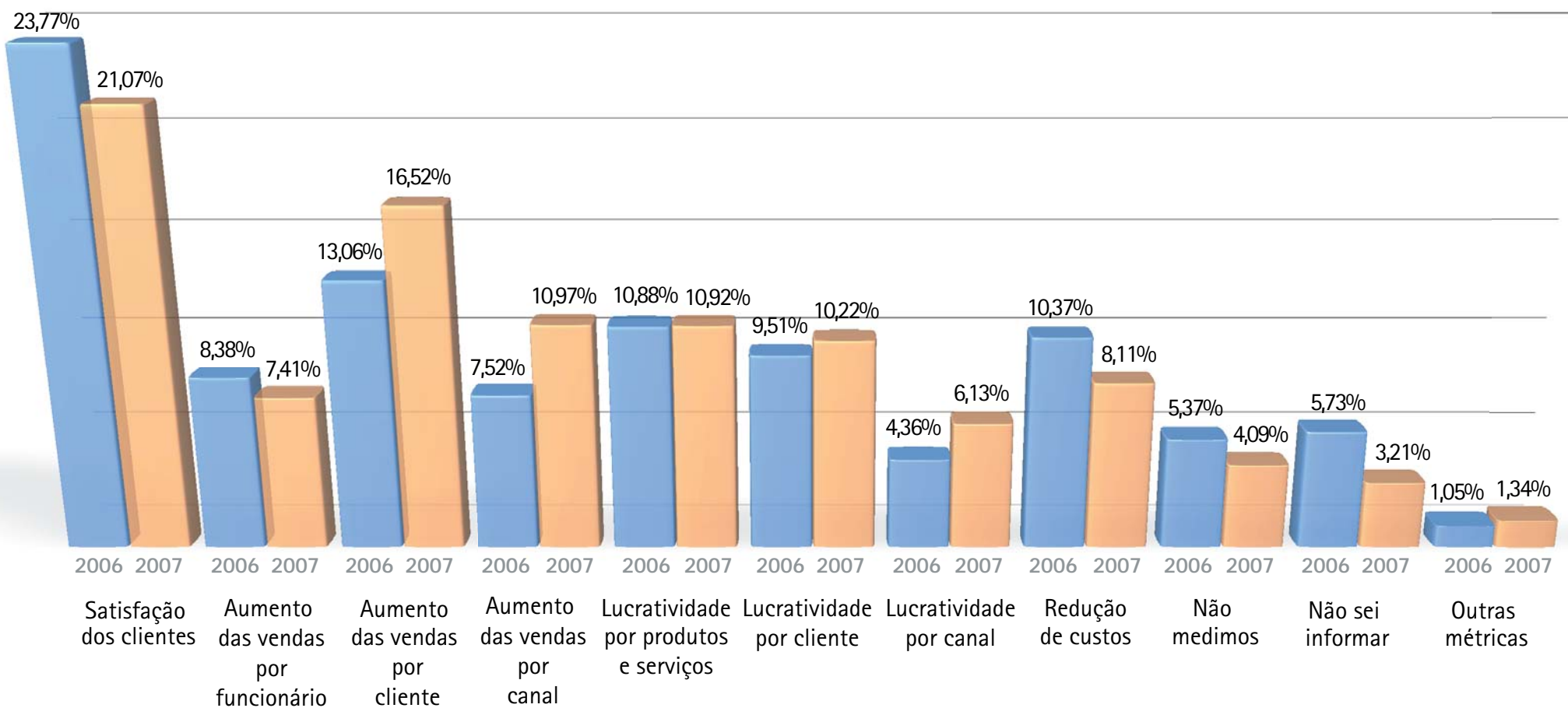
Utilização do CRM
Uso dos dados de clientes



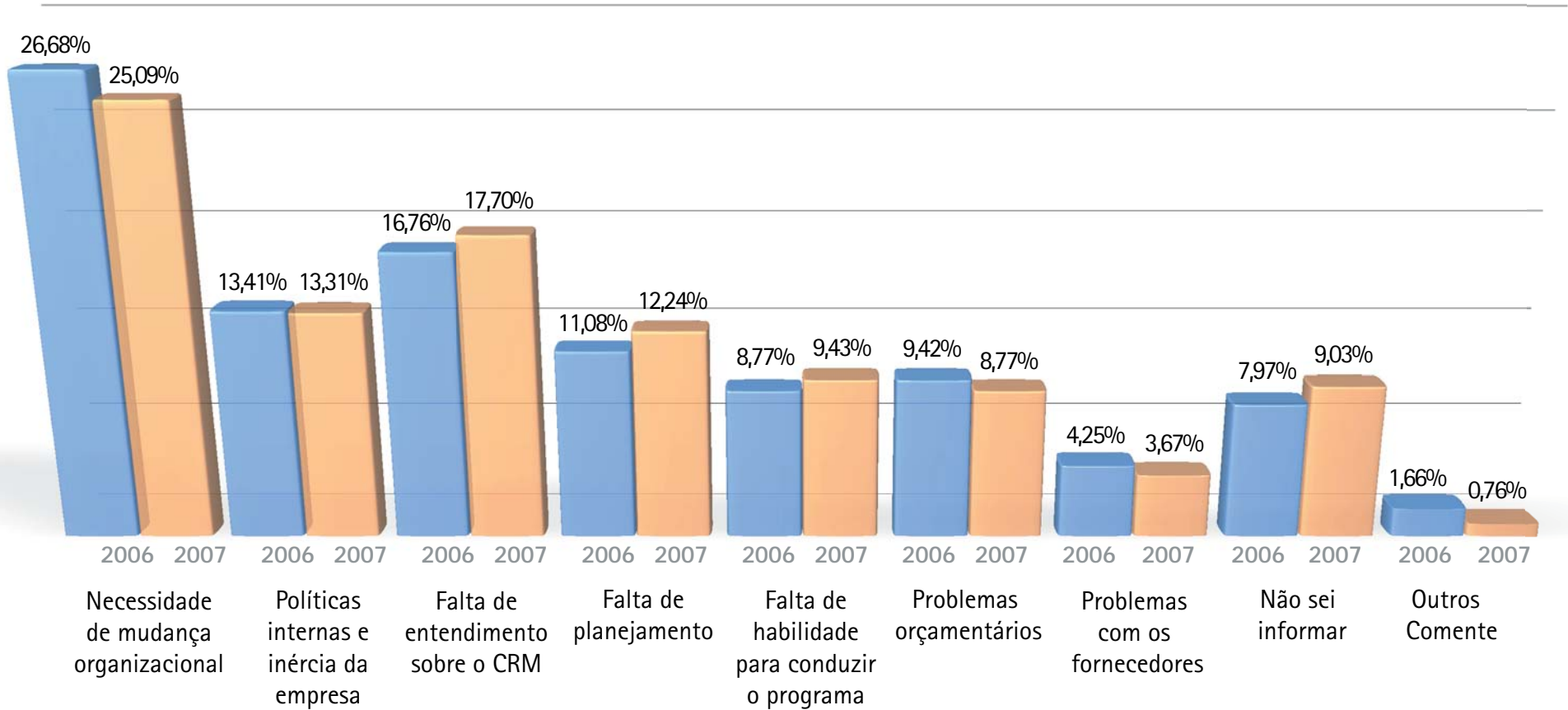
Utilização do CRM
Grau de capacitação técnica em CRM dos profissionais envolvidos no uso diário



Avaliação e Resultados
 Como a sua empresa mede os resultados do Programa de CRM



Dificuldades na implementação do CRM
Quais os problemas encontrados por sua empresa na implementação do CRM



Iniciativa



Apoio

