Novo complemento do NetSuite CRM: unindo usuários do CRM por meio de experiência personalizadas

Laralyn Ellsworth, gerente sênior de produto de saída NetSuite CRM

Negócio que é negócio precisa encontrar, conquistar e reter clientes. Em empresas emergentes, a mesma pessoa pode dar conta de todas as tarefas de vendas, marketing e serviços associadas a essa meta. No entanto, à medida que os negócios aumentam, as funções que antes podiam ser executadas por um pequeno número de pessoas passam a exigir um time inteiro. Isso gera desafios em torno da comunicação, da visibilidade das informações e dos tempos de resposta – problemas que muitas vezes são agravados pelo surgimento de silos de dados em toda a empresa.

O NetSuite foi desenvolvido para fornecer uma única base para todos os dados que uma empresa precisa operar. Muitas empresas começam com ERP para gerenciar suas finanças, por exemplo, e logo descobrem os benefícios de reunir todas as atividades de vendas, marketing e atendimento ao cliente no NetSuite.

Concentrando-se no relacionamento com os clientes, as organizações que dependem do NetSuite CRM para otimizar seus processos de automação de força de vendas, de automação de marketing e de gerenciamento do atendimento ao cliente também podem querer ainda mais visibilidade sobre as previsões de vendas, as métricas de campanha e os problemas escalonados. Por esse motivo, agora o NetSuite oferece recursos expandidos de CRM para clientes por meio de um novo **Complemento do CRM**, que fornece funções e painéis especialmente ajustados para gerentes de vendas, representantes de vendas e equipes de marketing e atendimento ao cliente, com **Pastas de trabalho predefinidas do SuiteAnalytics** para ajudar na medição do desempenho de vendas.

Vamos analisar por que esses insights são tão importantes para o crescimento e como obtê-los.

O ato de equilibrar o CRM

À medida que expandem, muitas empresas, atendendo às necessidades de seus departamentos de vendas, marketing e atendimento, um a um, acabam com diferentes soluções de software para diferentes equipes. O que se segue muitas vezes é um sentimento de frustração, acompanhado de um grande e oneroso esforço para reconciliar e integrar os dados mantidos nesses sistemas divergentes.

Ao mesmo tempo, a baixa visibilidade do desempenho de vendas, dos resultados de marketing e da satisfação do cliente podem retardar o crescimento e levar a erros que custam caro.

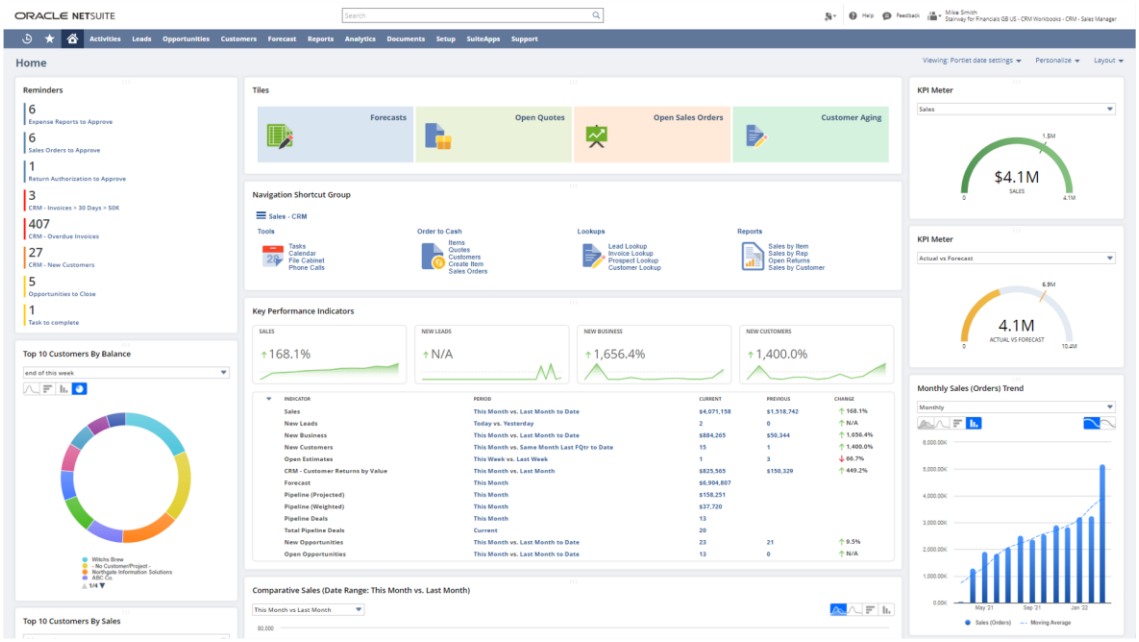
Infelizmente, a abordagem oposta, isto é, um único sistema, também pode ter consequências imprevistas. O que parece ser uma ferramenta simples que serve para tudo, podendo ser usada por todas as equipes normalmente acaba se revelando um fracasso para quase todos. Funcionalidade inadequada e falta de flexibilidade acabam resultando em baixa adesão e, por fim, na falha da implementação.

Quando se trata de CRM, encontrar o equilíbrio perfeito entre experiências de usuário personalizadas e conectividade entre as equipes pode significar a diferença entre uma batalha árdua e lenta e o crescimento rápido dos negócios. Isso posto, vale a pena entender e considerar as necessidades exclusivas dos usuários ao escolher soluções para marketing, vendas e suporte ao cliente.

Visão compartilhada, diferentes exibições: do que o departamento de vendas precisa

Sua plataforma de CRM deve ser a base da sua equipe de vendas, uma fonte central de inteligência confiável para prospecção, previsão, rastreamento de cota e gerenciamento de renovações e vendas adicionais.

No entanto, nem todos os usuários de CRM estão interessados na mesma coisa. Os representantes de vendas desejam se concentrar nas tarefas imediatas; por exemplo, para quem ligar em seguida, com quais clientes potenciais estão se deparando hoje, e quais negociações em seus pipelines precisam de atenção. A meta principal é atingir ou ultrapassar suas cotas.



Novo painel de gerente de vendas

Os gerentes de vendas compartilham a mesma visão que seus representantes de vendas: fechar negócios e fazer dinheiro. No entanto, para atingir essa meta, a função deles exige uma visão aérea do que está acontecendo lá embaixo. Eles querem ter certeza de que seus representantes tenham o suporte e os recursos de que precisam para cruzarem a linha de chegada. Para tanto, eles precisam identificar quando fornecer feedback, assistência ou treinamento adicional.

Eles também desejam garantir que o marketing esteja abastecendo de modo consistente os pipelines de suas equipes com leads qualificados para que os representantes tenham o bastante com o que se manterem ocupados. Os gerentes ainda precisam reportar aos líderes executivos o desempenho das vendas, mas não desejam gastar muito tempo caçando dados e montando relatórios. Desse modo, eles precisam de um método fácil e que possa ser repetido para fornecimento de uma previsão precisa.

Plugado e personalizado: do que o departamento de marketing precisa

As equipes de marketing precisam de um CRM que também atenda às suas necessidades. Geralmente, as listas de marketing e os relatórios de campanha são isolados dos dados de vendas em um sistema totalmente separado, o que dificulta dar o crédito a quem o merece. Quando os resultados em vendas não podem ser atribuídos às campanhas de marketing

específicas, os gerentes de marketing não só têm que lutar para provar o ROI, como também não conseguem ajustar campanhas futuras para otimização dos resultados.

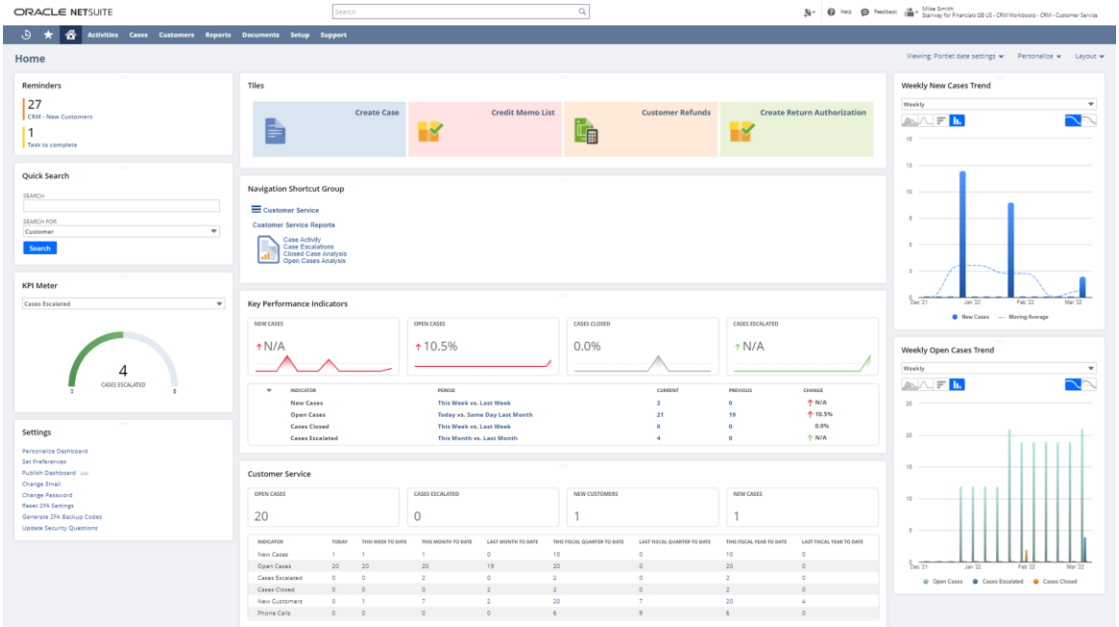
A automatização das campanhas de marketing em vários canais para alinhá-las aos esforços de vendas começa com ter apenas uma única fonte de dados de leads, clientes potenciais e clientes para que as campanhas possam ser segmentadas e ajustadas para quem causem mais impacto.

Assim que uma campanha é lançada, as equipes podem rastrear os MQLs (leads qualificados de marketing) e SQLs (leads qualificados de vendas) por meio do funil de vendas. Isso fornece insights sobre quais campanhas produziram leads de qualidade mais alta e, por fim, grande parte da receita.

São os pequenos detalhes… E o Todo: do que o suporte ao cliente precisa

Os clientes que entram em contato com a central de atendimento geralmente têm uma questão ou experiência específica para compartilhar. Sejam quais forem as particularidades da situação, o cliente espera que seu representante tenha respostas e soluções à mão.

Para fornecer soluções satisfatórias em tempo hábil, os representantes do atendimento ao cliente precisam acessar uma ampla gama de informações, incluindo detalhes do cliente, pedidos anteriores, histórico de pagamento, catálogos de produtos e estoque. Sem acesso aos mesmos dados de CRM vistos pelas suas equipes de vendas, depósito e finanças, os agentes de atendimento têm que travar uma batalha para encontrar e entregar respostas precisas e úteis para clientes potencialmente insatisfeitos.



Novo painel de atendimento ao cliente

Além de acesso fácil aos dados do cliente em tempo real, os representantes de atendimento precisam de um sistema que distribua e escalone casos de suporte com eficiência. Algumas empresas atribuem casos de suporte manualmente, analisando-os individualmente antes de decidir quem tratará de cada um deles. Esse método prejudica o tempo da primeira resposta, fazendo o cliente esperar na fila mais tempo do que o necessário e, possivelmente, permitindo que o problema tome proporções maiores nesse intervalo. Quando os escalonamentos são necessários, atribuir automaticamente o caso ao próximo atendente sem atrasos, pode ser a diferença entre ganhar um eterno fã e perder futuras vendas.

Claramente, as empresas precisam de dados ricos, completos e úteis, que possam ser acessados em toda a empresa.

Estendendo o NetSuite CRM

O NetSuite CRM foi criado com base na plataforma NetSuite ERP, o que significa que a automação da força de vendas, o gerenciamento do atendimento ao cliente e a automação de marketing do NetSuite são nativamente unificados com o gerenciamento de pedidos e estoque, comércio e finanças. Essa integração fornece às empresas insights em tempo real sobre previsão de vendas, geração de leads de marketing e dados de satisfação do cliente.

Agora o novo **Complemento do CRM** é entregue para clientes que querem recursos de CRM ainda mais robustos.

O complemento recentemente lançado inclui novos painéis e funções de CRM para representantes de vendas, gerentes de vendas, marketing e atendimento ao cliente, colocando as necessidades exclusivas de *todos* os seus usuários de CRM em posição de destaque, e dando a esses usuários fácil acesso aos seus recursos mais usados no NetSuite.

O Complemento do CRM também inclui um novo **SuiteApp de Pastas de trabalho de CRM**, que contém 10 pastas de trabalho predefinidas do SuiteAnalytics focadas em KPIs para desempenho de vendas. Criar seus próprios relatórios do zero pode ser uma tarefa demorada e sujeita a erros, por isso este SuiteApp foi desenvolvido para eliminar do relatório de vendas tanto o trabalho pesado quanto as especulações.

As Pastas de trabalho de CRM incluídas no complemento permitem que você adote, sem complicações, as melhores práticas de geração de relatórios de CRM e acesse métricas essenciais de desempenho de vendas, como previsões de oportunidade, cotas para conversões de vendas e oportunidades de ganho x perda.

O Complemento do CRM fornece às empresas as melhores práticas predefinidas de gerenciamento de atendimento ao cliente, automação de marketing e automação da força de vendas, de modo que todos os usuários de CRM são equipados com as ferramentas certas e os dados certos no momento certo para suas funções e responsabilidades exclusivas.

O SuiteApp Complemento do CRM agora está disponível no SuiteApp Marketplace. Assista ao webinar sob demanda de demonstração do produto Suite Fundamentals para saber mais sobre o NetSuite CRM e ver o Complemento do CRM em ação.