

**LIGA DE ENSINO DO RIO GRANDE DO NORTE
CENTRO UNIVERSITÁRIO DO RIO GRANDE DO NORTE
CURSO DE MBA EM GESTÃO ESTRATÉGICA DE NEGÓCIOS**

ROSSANA VALÉRIA DE OLIVEIRA SEGUNDO

**Implantação de CRM no setor corporativo do
SENAC de Natal**

**NATAL/RN
2017**

ROSSANA VALÉRIA DE OLIVEIRA SEGUNDO

Implantação de CRM no setor corporativo do SENAC de Natal

Projeto de Pesquisa apresentado ao Centro
Universitário do Rio Grande do Norte como requisito
para obtenção de nota na disciplina de TCC.

Orientador: Prof^a Ana Rosa Gouveia Sobral da
Câmara

NATAL/RN
2017

1 INTRODUÇÃO

Através da análise de oportunidades e ameaças dos ambientes econômico, político e social os quais o SENAC / RN está inserido, em 2016 a Direção Regional do Rio Grande do Norte, decide incorporar a sua gestão estratégias e metodologias mercadológicas que lhe proporcionem gerir o relacionamento com clientes, através da implantação de ferramenta tecnológica de CRM.

Nesse contexto em junho daquele ano a Gerência de Marketing iniciou algumas atividades a fim de entender as necessidades de infraestrutura, tecnologia e de cultura organizacional para esta implantação. Em um primeiro momento foi contratada em parceria com a Direção o Workshop: Relacionamento com o Mercado que contou com a participação das gerências de Tecnologia da Informação, Comunicação e Marketing, Relacionamento com o Mercado, assim como assessores das direções Regional, Administrativa e Educacional. Também neste momento houve capacitação do então Gerente de TI nos cursos Automação de Marketing, Gerenciamento de Serviço e Gerenciamento de Vendas no Microsoft CRM 2011.

Esse workshop foi ministrado por uma agência de marketing indicada pelo DN, com a presença desta foi solicitado um diagnóstico organizacional com intuito de formulação de proposta de um projeto piloto de planejamento, desenvolvimento e implantação de versão básica de uma solução de CRM para o Atendimento Corporativo do SENAC/RN. O diagnóstico contou com 40 horas para definição de escopo, aplicação de entrevistas com o corpo gerencial, visitas presenciais em unidades, conhecimento da infraestrutura tecnológica e criação de relatório do diagnóstico. Nesse diagnóstico foram expostas as necessidades nos seguintes pontos:

- Processos: para ações de marketing, governança, acompanhamento de resultados, ligados a gestão do relacionamento;
- Pessoas: falta de especialistas em CRM e DBM e também dimensionamento das áreas atuantes no processo;

- Sistemas: falta de sistemas de CRM, disparo de SMS e E-mail; necessidade da qualificação da base de dados.

A proposta gerada pelo diagnóstico teve como foco a implantação com escopo reduzido a fim de minimizar prazo de implantação e adotar rapidamente as práticas de CRM pelo Senac/RN. Houve na proposta a indicação de um parceiro tecnológico no projeto, responsável este pela parte tecnológica da implantação da ferramenta, assim as atribuições de Definição de Estratégias e Campanhas de Ativação; Especificação de Processos; Indicação e Acompanhamento da Solução de Sistema; DBM – Qualificação dos dados e análises; Acompanhamento do processo de implantação ficam sob responsabilidade da agência de marketing. A proposta também contempla uma 2ª fase no projeto que estende até julho de 2016. A previsão de execução do cronograma de trabalho da 1ª fase, foi prevista para o 1º semestre de 2017, a qual não foi executada.

É importante lembrar que, no final 2016 houveram mudanças internas onde a Direção Regional realinhou estruturas e funções de algumas gerências, levando então a tão esperada criação do cronograma do sistema de CRM.

2 OBJETIVOS

2.1 Objetivo Geral

Implantar o CRM no SENAC de Natal com intuito de melhorar o acompanhamento dos clientes de acordo com as exigências do mundo corporativo.

2.2 Objetivo Específico

- Criar o cronograma de implantação do CRM

3 JUSTIFICATIVA

Reter e fidelizar clientes não são tarefas fáceis, vem se tornando mais complexas, sobretudo para uma instituição como o SENAC. O setor de serviços é o que mais cresce e, conseqüentemente, a sua competitividade cresce.

Empresas de grande porte como todas as outras, buscam constantemente formas de satisfazer seus clientes, nesse sentido, é necessário que a empresa conheça o seu cliente de tal modo que saiba exatamente o que ele deseja e necessita. Uma das formas de conhecer o cliente é fazer a gestão do seu relacionamento, faz-se necessário um acompanhamento de todo o trajeto desenvolvido durante o itinerário formativo desse cliente, que hoje ainda é muito elementar.

4 REFERENCIAL TEÓRICO

De acordo com Gummesson (2005, p.23) “interagir com esta rede de relacionamentos utilizando uma ferramenta de gestão de relacionamento com o cliente tornou-se crucial para o crescimento saudável da empresa”.

Segundo McKenna o aumento da qualidade percebida pelos clientes aumentará a satisfação e lealdade dos clientes e, por consequência, a rentabilidade. Parte dessa percepção refere-se à satisfação do funcionário atuando como suporte na retenção de clientes e na rentabilidade.

5 METODOLOGIA

Será realizada através de Workshop ministrado pelo SENAC nacional, elaboração de um diagnóstico organizacional seguido de uma proposta de planejamento, para a implantação de versão básica de uma solução de CRM para o Atendimento Corporativo

6 CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO 2017/2018

ETAPAS/ MESES	SET	OUT	NOV	DEZ	JAN
Escolha do tema	X				
Elaboração da problemática		X			
Confecção dos objetivos			X		
Elaboração da justificativa			X		
Pesquisa Bibliográfica	X				
Formulação da metodologia e cronograma		X			
Redação do projeto de pesquisa	X				
Revisão Bibliográfica			X	X	X
Revisão e redação final					
Adequação as normas ABNT					
Entrega do Projeto de pesquisa					X

REFERÊNCIAS

GUMMESSON, Evert. **Marketing de relacionamento total**: gerenciamento de marketing, estratégia de relacionamento e abordagens de CRM para a economia de rede. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

McKENNA, R. **Marketing de relacionamento**: estratégias bem-sucedidas para a era do cliente. São Paulo: Campus, 1993.

SENAC. **CRM Senac**. Disponível em: <www.crm.sp.senac.br/CRMSenac>. Acesso em: 05 dez. 2017.

SENIOR. **Gestão de Relacionamento - CRM**. Disponível em: <http://www.senior.com.br/solucoes/gestao-de-relacionamento-crm/?gclid=CjwKCAiA6qPRBRAkEiwAGw4SdpioieJ6ksnAwNNRE-j8ztuhEUig8q1FOfobXjj3l28d-op_sup7CBoCfcMQAvD_BwE>. Acesso em: 05 dez. 2017.