2- Marketing de Relacionamento e CRM

Customer Relationship Management (**CRM**)
Conjunto de FERRAMENTAS que cuidam do armazenamento de dados de relacionamento de clientes e suas interações com a organização.
Metodologia de mudança na atitude corporativa que objetiva ajudar as companhias a criar e manter um bom relacionamento com seus clientes.

Conquistar clientes novos custa entre 5 a 7 vezes mais caro do que manter os mesmos clientes que já possui.

Em resumo: CRM é um conjunto de processos e tecnologias que geram relacionamentos com clientes efetivos e potenciais e com parceiros de negócios através do marketing, das vendas e dos serviços, independentemente do canal de comunicação
Está em função dos objetivos estratégicos dentro da organização.
Deve conter mecanismos que definam:

1. Como será feita a abordagem ao cliente?
2. Que procedimentos ou eventos devem ser gerados?
3. Qual o plano de comunicação a adotar?

Os modelos de CRM são os seguintes:

- **MODELO RFV** - Modelo utilizado para medir e avaliar o desempenho de compra dos clientes e analisar as tendências e a saúde do próprio negócio. Pode ainda gerar um ranking de clientes muito preciso e assim proporcionar o conhecimento e o trabalho de marketing sobre os melhores clientes.
    - **Recência** - Última data da compra/venda
    - **Freqüência** - Total de vezes de compra/venda
    - **Valor** - Total acumulado no período
- **MODELO LTV (Lifetime Value)** – O LTV do cliente representa o fluxo de rentabilidade líquida esperada ao longo da vida, trazida a valor presente. Através dele é possível conhecer o potencial real de seus clientes levando em consideração não apenas o seu potencial, mas também a sua rentabilidade atual e futura.
- **MODELOS PREDITIVOS** - Modelos utilizados para analisar e prever o comportamento dos consumidores, permitindo o gerenciamento das tendências de mercado.
- **Modelos de Segmentação** - Classificação dos seus clientes em grupos (diversificados ou homogêneos) para análises mercadológicas e de marketing.

Informações que devem gerar um CRM:

- **CRM Operacional:** aplicação da tecnologia de informação para melhorar a eficiência do relacionamento entre os clientes e a empresa.
- **CRM Colaborativo:** aplicação da tecnologia de informação que permite a automação e a integração entre todos os pontos de contato do cliente com a empresa.

- **CRM Analítico:** permite identificar e acompanhar diferentes tipos de clientes dentro da carteira de uma empresa e de posse destas informações, determinar qual a estratégia a seguir para atender às diferentes necessidades dos clientes identificados.