

DOCENTE: ROSANA BARBOSA CUNHA
COSTA

**ROTEIRO DE
ATIVIDADES
SISTEMAS DE INFORMAÇÕES
GERENCIAIS**



Essa atividade é para ser entregue ao término da aula 22h – com debate colaborativo de cada grupo de trabalho



CRM

- 1. Explique com base nos slides e em suas reflexões o que é Marketing de relacionamento?**
- 2. Segundo Seybold e Marshak (1998), existem cinco passos na construção de um CRM apoiado na TI. Quais são esses passos?**
- 3. Quais as ferramentas que podem ser utilizadas para trabalhar no relacionamento com o cliente.**
- 4. Pesquise na internet um exemplo de Up-selling e Cross-selling**

Estudos de caso

GPA Malls

O GPA Malls é uma empresa responsável pela concepção e gestão de espaços comerciais em mais de 16 estados brasileiros. Integrante do grupo Casino, a empresa é um braço de real estate da maior empresa varejista e de distribuição do país, desenvolvendo, administrando e operando nos centros comerciais desta rede de supermercados.

No entanto, o GPA Malls possuía um gargalo em seu processo de vendas, que ainda não era automatizado e precisava de mudanças para contemplar

os diferentes modelos de negócio da empresa. Com a ajuda da Salesforce, foram implementadas as soluções de Sales Cloud (automação de vendas), [Service Cloud](#) (atendimento ao cliente), Partner Community e Customer Community. Essas ferramentas, implementadas nas áreas comercial e financeira, além de todo o backoffice, permitiram um avanço enorme no relacionamento com os clientes e a captura de informações. Hoje, o GPA Malls conseguiu reduzir em 90% o tempo médio de atendimento (do primeiro contato à finalização) com o uso das plataformas integradas!

Responda:

Qual o segmento da empresa:

Quais as ferramentas que a empresa utilizou para solucionou o gargalo no seu processo de vendas?

Estudo de caso:

Caloi

A Caloi é uma grande empresa brasileira, com mais de 120 anos de tradição na fabricação de bicicletas e um portfólio enorme que contempla desde bicicletas infantis até modelos profissionais e elétricos. Todos esses anos no mercado fizeram com que ela se destacasse como a maior fabricante do ramo no país, com uma incrível base de 1.800 clientes corporativos (magazines, lojas esportivas e muito mais!).

Mas como muitas grandes e tradicionais empresas, a Caloi também precisou se reinventar em plena Era Digital para ver seu negócio continuar prosperando. O desafio aqui era modernizar os sistemas de venda e relacionamento com os clientes e parceiros, transformando a equipe de vendedores em uma linha de frente estratégica. A solução nesse caso foi a implementação das soluções de Sales Cloud e [Community Cloud](#) para digitalizar e integrar todos os processos e sistemas do

departamento de Vendas e Marketing. O fato de poder usar a plataforma e ter acessos aos dados em qualquer lugar, a qualquer momento, permitiu um ganho de até 50% mais tempo aos colaboradores para prestar consultoria aos clientes.

Hoje, a Caloi oferece também uma plataforma onde seus compradores corporativos podem consultar em tempo real o inventário e estoque da marca, com informações completas sobre cada produto. A interface é de fácil utilização e ainda permite que o cliente acompanhe todas as etapas do ciclo de compras. Para a Caloi, essa automatização representou uma economia enorme de tempo e esforço na operação de conferência e faturamento de pedidos, ampliando a capacidade de atendimento às demandas!

O que fez a Caloi para continuar forte no mercado diante das mudanças tecnológicas?

Como a Caloi tenta fidelizar o seu cliente?