

Nome do Cliente

Micropower

Perfil da empresa

A Micropower é uma empresa brasileira focada em soluções consultivas e tecnológicas para e-learning com 15 anos de mercado.

Descrição da necessidade do cliente

A Micropower queria reformular seus processos e ciclos de atividades comerciais para gerenciá-los com mais eficiência. Ao melhorar o relacionamento com seus colaboradores e clientes, queria também incrementar o cross selling de seus produtos e serviços.

Descrição da situação anterior

A empresa trabalhava com diversas ilhas de dados sem conexão. As informações ficavam isoladas em planilhas Excel e os contatos, no Outlook. Os processos não eram padronizados, o que impedia um controle de seu andamento e desenvolvimento.

Solução desenvolvida

A L3 implantou o Microsoft Dynamics CRM 2011 para Marketing Direto, Qualificação de Clientes e Acelerar Vendas .

Todos os dados foram analisados e reunidos em um único repositório confiável, que passou a ser utilizado por todos os colaboradores. Os processos de vendas, marketing e contratos e serviços foram mapeados e integrados em novos padrões a serem seguidos por todos.

O projeto foi implantado em dois meses e treinou 25 colaboradores em todas as áreas envolvidas.

Os benefícios da solução

Ao adotar a plataforma Dynamics CRM 2011, a Micropower automatizou todos os seus processos e passou a gerenciar com maior eficiência todo o relacionamento entre clientes, parceiros e fornecedores. Assim, é possível monitorar todas as etapas de relacionamento com o cliente, independente do estágio da venda ou do produto e do serviço oferecido.

Com o módulo de gestão de Contratos e Serviços, a empresa passou a mapear os contratos e seus respectivos vencimentos.

O sistema ajudou também no planejamento e realização de campanhas de marketing e vendas focadas em públicos segmentados com maior controle das atividades e dos resultados.

Essa automatização na etapa comercial abriu frente para novos negócios e colocou a empresa em um novo patamar de gestão de vendas.

Comentário do cliente

“Através do CRM poderemos planejar e realizar campanhas de marketing e vendas focadas em públicos segmentados com maior controle das atividades e dos resultados obtidos. Além disso, passamos a ter o registro de todo o relacionamento com um contato ou uma conta, independente do estágio da venda ou do produto e do serviço oferecido. Com estes dados, a Micropower poderá planejar e realizar campanhas nos mais variados setores”.

Francisco Antonio Soeltl, presidente da Micropower