

Casos de Sucesso



Cliente

Rabobank Brasil

Rabobank Brasil

Perfil da empresa

Fundada em 1972, a Rabobank Brasil é uma instituição financeira que oferece produtos e soluções diretamente para os produtores rurais, com o intuito de atender às necessidades deste setor, além de atuar também como banco múltiplo, agregando a carteira de investimentos.

Necessidade do cliente

A fim de manter um relacionamento mais próximo com seus clientes, a Rabobank Brasil adotou uma estratégia comercial descentralizada, com um processo de vendas flexível e com menor padronização. O modelo funcionou por um tempo, mas o crescimento da força de vendas, o aumento da complexidade do processo comercial e as metas crescentes da companhia exigiram mudanças estratégicas na gestão comercial.

Situação anterior

O foco da estratégia comercial da unidade de negócios Rural da Rabobank Brasil era baseada em conquistar e desenvolver relacionamento com os maiores e melhores clientes do mercado. Mas a estratégia adotada até então não permitia um controle total do cadastro de cada cliente e o acesso a essas informações em um banco de dados único.

Solução que foi desenvolvida

A L3 identificou a necessidade latente do cliente e desenvolveu uma consultoria estratégica em CRM para instituição. Foram realizadas mais de 30 entrevistas com o objetivo de mapear os processos de prospecção, vendas e pós-venda para definir os processos que seriam implantados. Por fim, foi desenvolvido um plano orçamentário do projeto para cinco anos com todas as etapas já previstas.

Os benefícios da solução

A empresa obteve um controle orçamentário sobre toda sua estratégia corporativa de CRM para os próximos cinco anos.