

Lista de Questões sobre CRM

Curso: Engenharia de Produção

Disciplina: Sistema de Informação

Professor: Rafael Frasson

1) A sigla CRM, no contexto da Tecnologia da Informação significa

- a) Center Remember Main.
- b) Client Remember Manager.
- c) Customer Relationship Management.
- d) Client Relationship Main.
- e) Customer Remember Main.

2) Sobre CRM, considere:

I. As empresas utilizam o CRM para trocar informações com seus fornecedores sobre disponibilidade de materiais e componentes, datas de entrega para remessa de suprimentos e requisitos de produção.

II. CRM é uma rede de organizações e processos de negócios para selecionar matérias-primas, transformá-las em produtos intermediários e acabados e distribuir os produtos acabados aos clientes.

III. Sistemas de CRM capturam e integram dados do cliente provenientes de toda a organização, consolidam e analisam esses dados e depois distribuem os resultados para vários sistemas e pontos de contato com o cliente espalhados por toda a empresa.

IV. Pacotes de software CRM mais abrangentes contêm módulos para gerenciamento com o relacionamento com o parceiro (PRM) e gerenciamento de relacionamento com o funcionário (ERM).

Está correto o que se afirma APENAS em

- a) I e II.
- b) II e III.
- c) III e IV.
- d) II, III e IV.
- e) IV.

3) Gestão de relacionamento com clientes é uma abordagem empresarial destinada a entender e influenciar o comportamento dos clientes, por meio de comunicações significativas para a melhoria das compras, da retenção, lealdade e lucratividades deles.

- a) Certo
- b) Errado

4) Marketing de serviços trata do marketing de empresas, pessoas ou instituições que ofertam serviços com o objetivo de promover ações e esforços, no intuito de encantar o cliente na sua busca de satisfação de seus desejos por algo que se pode comprar, mas que é intangível.

- a) Certo
- b) Errado

5) Uma ferramenta de gestão de relacionamento com clientes impacta de forma mais direta o gerenciamento de mudanças, e de forma menos direta o gerenciamento de acordos de níveis de serviço.

- a) Certo
- b) Errado

6) Em uma empresa eficiente e eficaz na condução de seus processos, o departamento X usa sistemas de apoio à decisão, banco de dados de clientes, automação de vendas, sistemas empresa-a-consumidor na web e, como instrumento de diferencial competitivo, o Software de Gestão de Relacionamento com o Cliente.

A utilização pelo departamento X desses recursos e sistemas de informação o caracteriza como um departamento de

- a) Contabilidade
- b) Finanças
- c) Marketing
- d) Produção
- e) Recursos Humanos

7) CRM é a sigla usada para Gestão de Relacionamento com Clientes e envolve a gestão de todos os aspectos do relacionamento do cliente com uma organização para aumentar a fidelidade e retenção de clientes. Os dois principais componentes de uma estratégia de CRM se diferenciam pela interação direta entre a organização e seus clientes, sendo descritos a seguir.

I. CRM operacional - suporta o processamento transacional tradicional para as operações de linha ou sistema de frente diários e que lidam diretamente com o cliente.

II. CRM analítico – suporta as operações de retaguarda e a análise estratégica e inclui todos os sistemas que não lidam diretamente com os clientes.

São três exemplos de CRM operacional os seguintes sistemas:

- a) Armazém de Dados e Mineração de Dados e de Vendas;
- b) Mineração de Dados, de Vendas e de Marketing;
- c) de Vendas, de Marketing e de Atendimento ao Cliente;
- d) de Marketing, de Atendimento ao Cliente e Armazém de Dados;
- e) de Atendimento ao Cliente, Armazém de Dados e Mineração de Dados.

8) A fim de ampliar as vendas de uma rede de lojas de calçados e implementar uma solução de Customer Relationship Management (CRM) na rede, foram realizadas as seguintes ações: primeiramente, decidiu-se recompensar os clientes que compravam com maior frequência, com vistas a um aumento na taxa de retenção de clientes; em seguida, os colaboradores da rede foram capacitados, sendo seus papéis e funções atualizados; posteriormente, realizou-se o levantamento e a documentação dos processos de atendimento aos clientes; e, por último, efetuou-se a compra da solução de CRM.

Com base na situação apresentada acima, avalie as afirmações a seguir.

I. A execução da metodologia de implantação de CRM inverteu a ordem de etapas, visto que a compra da solução de CRM deve ser uma das primeiras ações a serem implementadas e não a última.

II. A atualização e a capacitação dos colaboradores são procedimentos apropriados para se implantar uma mudança tecnológica significativa na rede de lojas.

III. O mapeamento dos processos de atendimento aos clientes é uma etapa necessária para a implantação da solução de CRM, uma vez que permite a identificação das atividades que podem ser mais eficientes ou eliminadas com o uso da tecnologia.

É correto o que se afirma em

- a) I, apenas.
- b) III, apenas.
- c) I e II, apenas.
- d) II e III, apenas.
- e) I, II e III.

9) A empresa Alfa está profissionalizando sua gestão. Para isso, está definindo estratégias de compra e venda de produtos e serviços; planejamento de vendas de maneira mais estruturada; estratégias de marketing; e toda a sua cadeia de suprimentos. Nas primeiras análises sobre sua situação, a empresa constatou que necessita de uma ferramenta de gestão de relacionamento com clientes, Customer Relationship Management (CRM), visto que as vendas estão em declínio e os serviços oferecidos aos clientes não estão satisfatórios.

Nesse contexto, com a implementação da ferramenta CRM, a empresa Alfa

- I. poderá identificar e escolher seus melhores e mais lucrativos clientes.
- II. poderá automatizar tarefas como a qualificação de clientes, a programação de contatos de vendas e a identificação de clientes potenciais.
- III. dispensará a estocagem de produtos, visto que a ferramenta CRM fornece informações exatas sobre as próximas compras efetuadas por clientes.
- IV. obterá informações sobre o comportamento de grupos de clientes, o que dispensará análises detalhadas por parte da gerência da empresa.

É correto apenas o que se afirma em

- a) I e II.
- b) II e IV.
- c) III e IV.
- d) I, II e III.
- e) I, III e IV