



INSTITUTO SUPERIOR DE ECONOMIA E GESTÃO

Mestrado em Marketing

Customer Relationship Management

Caso Weird

A empresa Weird, possui um sistema de Atendimento ao Cliente, em funcionamento no seu Contact Centre. Possui ainda um sistema de facturação e um sistema de concessão de crédito aos seus clientes. Todos os sistemas referidos são independentes, não existindo qualquer tipo de integração entre eles.

A empresa vende os seus produtos ao consumidor final (B2C) e não dispõe de quaisquer informações adicionais sobre os seus clientes.

Internamente, constata-se a ineficácia de alguns processos, duplicação de esforços, falta de produtividade e descontentamento dos colaboradores, bem como a existência de dados duplicados e incorrectos. Verifica-se também que o número de reclamações dos clientes tem vindo a aumentar, não se esperando uma alteração desta situação.

- a) Que tipo de situações poderão estar na origem das reclamações dos clientes?
- b) Na situação actual, a Weird conhece os seus clientes?
- c) Apresente uma lista de acções que a Weird deve tomar para endereçar as suas dificuldades actuais (comece na que considera mais importante).
- d) Para implementar CRM na Weird é suficiente a implementação de um sistema integrado de CRM?
- e) Faz sentido a aquisição de bases de dados externas com informações dos clientes? Que tipo de informações poderiam ser úteis à Weird?