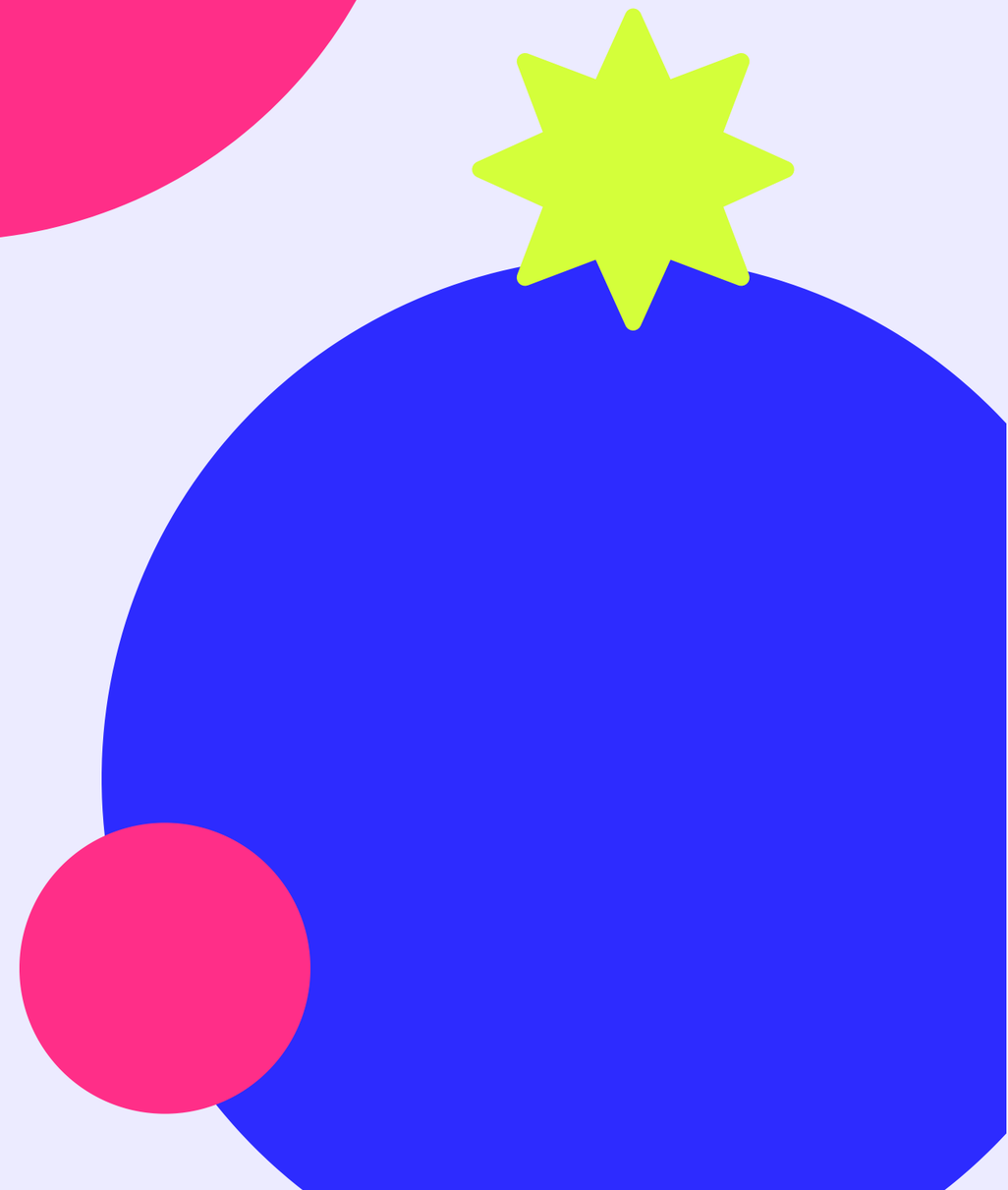
AKOMA LAB & Marketing

E-BOOK · 01

GUIA AKOMA LAB & MARKETING · AGÊNCIA DE MARKETING AI FIRST

CRM sem complicação

Como estruturar sua base de clientes do zero, sem sistema caro nem time de dados.



SUMÁRIO

O que você vai encontrar aqui

01 Sua base de clientes é o ativo mais subestimado 03

02 O que é CRM, na prática 04

03 Mapeie a jornada antes da ferramenta 05

04 Organizando os dados que você já tem 06

05 Segmentação simples que já muda resultado 07

06 Réguas de relacionamento 08

07 Follow-up: quem não responde 09

08 Ferramentas por porte e necessidade 10

09 Roteiro de implantação, 30, 60 e 90 dias 11

10 Erros comuns ao estruturar CRM 12

11 Checklist de maturidade em CRM 13

12 Sobre a Akoma Lab & Marketing 14

13 Vamos conversar 15

INTRODUÇÃO

Sua base de clientes é o ativo mais subestimado

A maioria das pequenas e médias empresas gasta energia atrás de cliente novo e esquece de quem já comprou. O contato fica espalhado entre agenda do celular, planilha desatualizada e memória de quem atende.

CRM não é sobre comprar um sistema. É sobre ter um processo simples para saber quem é seu cliente, o que ele já comprou e quando faz sentido falar com ele de novo.

Este guia mostra como estruturar essa base do zero, com o que você já tem hoje, antes de pensar em qualquer ferramenta paga.

Aumentar a retenção de clientes em 5% pode elevar o lucro de 25% a 95%.

BAIN & COMPANY, FREDERICK REICHHELD, VIA HARVARD BUSINESS REVIEW (GALLO, 2014)

O QUE É CRM

CRM não é um sistema, é um hábito de acompanhar gente

Dá pra estruturar um CRM funcional numa planilha simples. O que importa não é a ferramenta, é o hábito por trás dela.

01

Registro consistente

Cada contato, interesse e conversa anotado no mesmo lugar, sem depender da memória de quem atendeu.

02

Segmentação viva

A base muda toda semana. Segmentar uma vez e nunca mais revisar não funciona.

03

Follow-up com intenção

Cada mensagem enviada tem um motivo claro. Não é disparo em massa, é conversa no momento certo.

ANTES DA FERRAMENTA

Mapeie a jornada antes de escolher qualquer ferramenta

01

CAPTAÇÃO

Como o contato chega

Formulário, indicação, evento ou anúncio: de onde vem cada novo contato da base.

02

ATIVAÇÃO

Primeira experiência

O momento da primeira compra ou primeiro atendimento, onde a relação realmente começa.

03

RETENÇÃO

Relacionamento contínuo

O que mantém o cliente comprando de novo, sem precisar reconquistar ele toda vez.

04

REATIVAÇÃO

Resgate de quem esfriou

Como identificar e trazer de volta quem parou de comprar ou responder.

APLICAÇÃO 01

ORGANIZANDO OS DADOS QUE VOCÊ JÁ TEM

Antes de captar mais, organize o que já está com você

Boa parte da base de clientes de uma PME já existe, só está espalhada. O primeiro passo não é comprar ferramenta, é juntar tudo em um único lugar e limpar o que está duplicado ou desatualizado.

- **Centralizar contatos em um só lugar**
- **Padronizar campos mínimos: nome, contato, última compra**
- **Remover duplicidade e contato desatualizado**
- **Definir quem é o responsável por manter a base**

EXEMPLO DE APLICAÇÃO

Uma loja de roupas organiza a planilha de vendas e descobre que quatro em cada dez clientes compram uma vez e nunca voltam. A prioridade do time muda de captar mais para reter melhor.

Exemplo ilustrativo, não é um case de cliente.

APLICAÇÃO 02

EXEMPLO DE APLICAÇÃO

Um escritório de contabilidade separa clientes por tipo de serviço contratado e passa a enviar conteúdo relevante para cada grupo, em vez do mesmo boletim para a base inteira.

Exemplo ilustrativo, não é um case de cliente.

SEGMENTAÇÃO SIMPLES QUE JÁ MUDA RESULTADO

Não é sobre segmentar muito, é sobre segmentar certo

Um ou dois critérios bem escolhidos já mudam o resultado de uma campanha ou mensagem. Comece simples, e refine conforme aprende sobre o comportamento da sua base.

- **Por tempo desde a última compra**
- **Por ticket médio ou valor gasto**
- **Por tipo de produto ou serviço contratado**
- **Por nível de engajamento com suas mensagens**

APLICAÇÃO 03

RÉGUAS DE RELACIONAMENTO

Mensagens certas, no momento certo, sem esforço manual

Uma régua é só uma sequência de mensagens programadas para um momento específico da jornada. Não precisa de automação complexa para começar, precisa de clareza sobre quando cada uma dispara.

- **Régua de boas-vindas para quem acabou de chegar**
- **Régua de nutrição para quem ainda não comprou**
- **Régua de recuperação para orçamento ou carrinho parado**
- **Régua de marco de relacionamento, como aniversário**

EXEMPLO DE APLICAÇÃO

Uma clínica estética cria uma régua de três mensagens nas duas semanas seguintes à primeira sessão. A taxa de retorno para o segundo procedimento aumenta de forma visível.

Exemplo ilustrativo, não é um case de cliente.

APLICAÇÃO 04

EXEMPLO DE APLICAÇÃO

Uma imobiliária define que, depois de três tentativas sem resposta, o lead sai da régua ativa e entra numa lista de reativação trimestral, em vez de ser esquecido ou cobrado todo dia.

Exemplo ilustrativo, não é um case de cliente.

FOLLOW-UP: O QUE FAZER COM QUEM NÃO RESPONDE

Ter um critério de saída é tão importante quanto insistir

Sem critério, o time insiste demais com quem não vai responder e some com quem só precisava de mais um contato. Um bom follow-up tem número de tentativas definido e uma saída educada.

- **Definir número máximo de tentativas antes de pausar**
- **Trocar o canal de abordagem entre as tentativas**
- **Ter uma mensagem de saída educada, não um sumiço**
- **Reativar em ciclo, sem insistir todos os dias**

FERRAMENTAS SUGERIDAS

A ferramenta certa depende de onde você está, não do que está na moda

Comece pelo mínimo que resolve o seu momento atual, sem pagar por recurso que você não vai usar ainda.

COMEÇANDO AGORA

Google Sheets, WhatsApp Business

ROTINA JÁ DEFINIDA

RD Station CRM, Pipedrive, Agendor

AUTOMAÇÃO AVANÇADA

HubSpot, ActiveCampaign, Salesforce

ATENDIMENTO E TRIAGEM

Blip, Take, Zendesk

ENRIQUECIMENTO DE DADOS

Clearbit, Apollo.io

RELATÓRIOS E LEITURA DE BASE

Looker Studio, Power BI

A escolha certa depende do processo que você já tem. A Akoma ajuda nessa priorização, veja a partir da página 14.

Trinta, sessenta, noventa dias

Dias 01 a 30

Centralizar e limpar

Reunir todos os contatos em um só lugar. Definir os campos mínimos obrigatórios para cada cliente na base.

Dias 31 a 60

Criar as primeiras réguas

Colocar em prática duas ou três réguas de relacionamento. Treinar o time no novo fluxo de atendimento.

Dias 61 a 90

Medir e expandir

Medir taxa de resposta e recompra. Ajustar a segmentação e expandir para novas réguas e critérios.

ERROS COMUNS

O que costuma dar errado ao estruturar um CRM

Comprar CRM caro sem processo definido
Sem processo claro, a ferramenta vira custo parado e ninguém usa direito.

Deixar a base sem dono
Se ninguém é responsável por manter atualizado, a base envelhece rápido.

Mandar a mesma mensagem pra base inteira
O que funciona para um segmento pode afastar outro.

Não ter critério para parar de insistir
Cliente que não responde nunca também precisa de um destino claro.

Guardar dado sem nunca usar para decisão
Informação parada na planilha não muda resultado nenhum.

Trocar de ferramenta antes de dar tempo
Todo processo novo precisa de algumas semanas para mostrar resultado.

Onde sua base está hoje

Marque o que já é verdade para a sua empresa hoje. Quanto menos marcado, maior a oportunidade de ganho rápido estruturando o básico.

- [ ] Todos os contatos estão em um único lugar
- [ ] Existe um responsável por manter a base atualizada
- [ ] A base é segmentada por pelo menos um critério
- [ ] Existe pelo menos uma régua de relacionamento ativa
- [ ] Sabemos quantos clientes recompraram nos últimos 3 meses
- [ ] Existe um critério claro para parar de insistir

Quem estrutura esse processo pra sua empresa

A Akoma Lab & Marketing é uma agência de marketing 360° AI First, criada para unir estratégia criativa e inteligência artificial aplicada. O Strategic CRM é um dos três pilares em que atuamos, ao lado de Social e Traffic e Lab Training.

Ajudamos empresas a estruturar a base de clientes que já existe, sem precisar montar um time novo do zero.

01 **Diagnóstico da base de clientes atual**

02 **Implantação de CRM e das primeiras automações**

03 **Criação de réguas de relacionamento sob medida**

04 **Treinamento do time via Lab Training**

VAMOS CONVERSAR

Vamos estruturar o CRM da sua empresa?

Agende o Diagnóstico Akoma: uma conversa de 30 minutos, gratuita e online. A gente descobre juntos por onde começar, com um plano feito para o tamanho da sua base. Contratando a Akoma ou não.

Agendar o Diagnóstico Akoma →

souakoma.com.br

E-mail contato@souakoma.com.br

Instagram @sou.akoma

LinkedIn linkedin.com/company/souaakoma

WhatsApp (21) 92006-9081

A IA acelera. Você decide.

Tudo conectado. Ninguém no automático.