

Um estudo de caso sobre o gerenciamento do relacionamento com o cliente em uma pequena empresa

VINÍCIUS MARIANO DE LIMA
UNIOESTE

CLODIS BOSCARIOLI
UNIOESTE

SANDRA MARA STOCKER LAGO
UNIOESTE

Resumo: Com o fortalecimento e a transformação do comércio na economia globalizada, as empresas passaram a valorizar mais os seus clientes, visando sua maior fidelidade e, conseqüentemente, melhorando os resultados financeiros da organização. A partir desse interesse, surge o conceito de Gerenciamento do relacionamento com o cliente (CRM), que agrega técnicas, estratégias e ferramentas que possibilitam a análise de dados dos clientes com o intuito de personalizar o atendimento e alcançar diferencial competitivo na prestação de serviços. Neste contexto, este trabalho investiga a aplicação de CRM em pequenas empresas, implantando uma ferramenta para uma vídeo-locadora, destacando aspectos relevantes do processo de implantação.

Palavras-chave: *Customer relationship management. Business intelligence. Sistemas de informação.*

A case study for customer relationship management in a small business

Abstract: With the strengthening and the transformation of the trade in the global economy, companies began to focus more in your customers, seeking their fidelity and thus improving the financial performance of the organization. From that interest, comes the concept of *Customer relationship management* (CRM), which aggregates techniques, strategies and tools that enable the customer's data analysis in order to customize the service and achieve competitive differential in the provision of services. In this context, this work investigates the implementation of CRM in small businesses, deploying a tool for a video-rental, highlighting relevant aspects of the process.

Key words: *Customer relationship management, Business Intelligence, Information Systems.*