

CASO DE SUCESSO



Microsoft Dynamics CRM

Microsoft Dynamics CRM permite à Logic melhorar relação com os clientes

PAÍS: Portugal

SECTOR: Logística

PERFIL DO CLIENTE: A Logic dedica-se à prestação de serviços de logística, para PMEs e grandes empresas. Tem uma capacidade de armazém com cerca de 50 mil m² e 170 colaboradores. Situação de Negócio Para a Logic era importante introduzir um sistema para responder ao aumento do negócio e da sua complexidade. Optou por um sistema de CRM que lhe permitisse também estruturar os processos e centralizar a informação.

SOLUÇÃO: Microsoft Dynamics CRM

BENEFÍCIOS

- . Melhoria da coordenação entre empresa e clientes
- . Melhor estruturação de processos de relacionamento com os clientes
- . Acompanhamento de toda a actividade comercial e de marketing
- . Acesso facilitado à informação

“O Microsoft Dynamics CRM permitiu-nos centralizar a informação de clientes, estruturar os processos e organizá-los de acordo com as necessidades de cada uma das áreas funcionais.”

Tiago Silvestre, Director de Sistemas de Informação da Logic – Logística Integrada, SA

A Logic é uma empresa do sector da logística com actividade desde 2001. Sendo certo que o outsourcing da componente logística em Portugal ainda tem espaço para crescer, pois tem ainda taxas de penetração inferiores às de outros países, a verdade é que a concorrência é elevada, nomeadamente das grandes multinacionais.

Com uma história recente, a Logic tem vindo a ganhar dimensão e, com isso, sentiu necessidade de estruturar os processos de relação com o cliente em geral e, em particular, a vertente comercial, desde a identificação de oportunidades ao serviço pós-venda. A centralização da informação apresentava-se igualmente como um objectivo, num contexto em que existiam vários repositórios e fontes de dados de clientes.

Tudo levou a que a Logic tenha procurado uma solução de CRM, tendo requisitos como a flexibilidade para adaptação ao negócio e a facilidade de integração com o e-mail. A avaliação efectuada levou à escolha do Microsoft Dynamics CRM, com implementação pela Arquiconsult.

SITUAÇÃO

A Logic - Logística Integrada, empresa do sector da logística que actua no mercado português desde 2001, dispõe de um conjunto alargado de soluções e serviços, organizados em três níveis principais: Logic Classic, LogicEasy e Logic in your Home. A sua oferta, organização e estrutura, permitem-lhe endereçar tanto o mercado das PMEs como o das grandes empresas.

Com sede na Póvoa de Santa Iria, dispõe de armazéns que perfazem uma área total da ordem dos 50.000 m². Para esta empresa, a logística simplificada é a sua assim tura desde 2006, a qual resume em simultâneo a sua forma de encarar o negócio. Apesar de ter uma história ainda recente como empresa autónoma, na sequência de um processo de MBO (Management Buy-Out) ocorrido em 2005, que marcou a separação do Grupo SPC em que se inseria, conta com vários clientes de referência, onde se incluem o Aki, a Loja do Gato Preto ou a Galp.

Tem vindo a ganhar dimensão, tendo cerca de 170 colaboradores e perspectivas de alargamento da sua capacidade de armazém, com a criação de um novo espaço físico.

Assumindo-se como operador logístico, a Logic actua não só sobre a componente de armazém, entendida aqui em sentido lato, como também de transporte, onde segue uma estratégia de sub-contratação. O sector em que exerce a sua actividade é

relativamente recente em Portugal, país em que o outsourcing de logística ainda não atingiu as taxas de penetração de outros países europeus. No entanto, a concorrência é forte e vem sobretudo das grandes multinacionais. Por isso, a qualidade, a inovação do serviço, a competência da equipa e, claro, a capacidade de estabelecer e manter relações duradouras com os clientes, são importantes mais valias às quais a Logic está sempre atenta.

Focada numa primeira fase na implementação de sistemas operacionais de suporte ao negócio, fazia parte das linhas estratégicas da Logic a melhoria da gestão de relacionamento com os clientes, com foco numa melhor estruturação de processos e numa acrescida capacidade de acompanhar as interações com os mesmos, independentemente dos pontos de contacto.

Tornou-se evidente a necessidade de implementar uma solução de Customer Relationship Management.

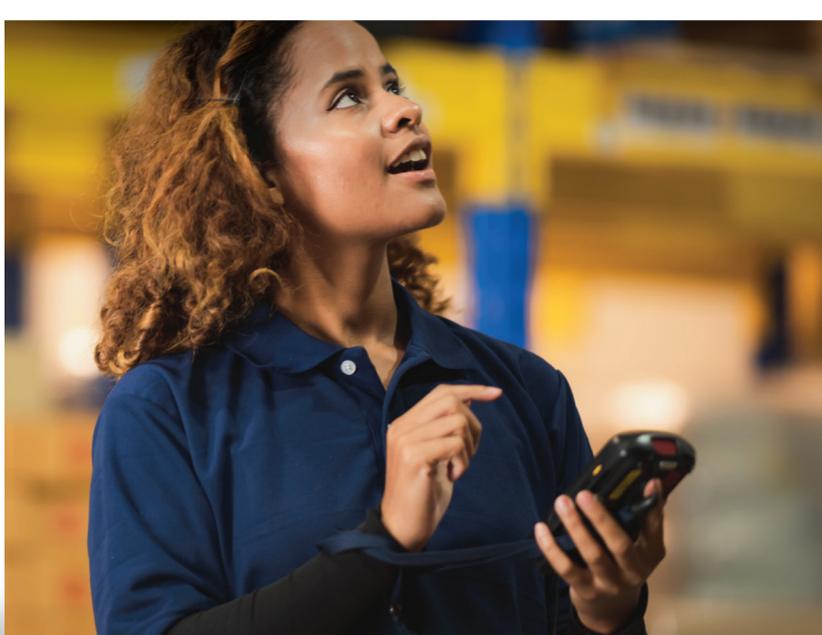
“Um das razões que nos levou a equacionar o investimento num sistema de CRM prendeu-se com o crescimento da empresa. O facto de a Logic estar a ganhar dimensão arrasta consigo um acréscimo de complexidade. Por outro lado, a nível de marketing e comercial não possuíamos nenhuma ferramenta estruturada de suporte e, mais uma vez, com o alargamento da oferta, dos serviços prestados, da equipa e do número de clientes, começava a ser visível a necessidade de ter capacidade de gestão centralizada da informação. Os dados estavam dispersos por várias pessoas e ficheiros, o que complicava a tarefa de chegar ao que se prete dia de forma ágil e rápida. Em terceiro lugar pesou a componente de processos. Apesar de não termos muitos clientes, os processos são complexos, além de que a fase negocial exige um acompanhamento minucioso, num contexto em que desde a detecção de uma oportunidade até ao fecho de um negócio podem passar meses ou mesmo anos, com vários intervenientes e propostas intermédias”, afirma Tiago Silvestre, Director de Sistemas de Informação da Logic – Logística Integrada, SA. E adianta:

“uma solução de CRM permite centralizar a informação, estruturar os processos e organizá-los de acordo com as necessidades de cada uma das áreas funcionais”.

Com os objectivos bem identificados, a Logic iniciou um processo de avaliação de soluções no mercado. A escolha recaiu sobre o Microsoft Dynamics CRM implementado pela mão da Arquiconsult.

No âmbito da implementação do Microsoft Dynamics CRM fizemos alguma reengenharia de processos e nalguns casos readaptámos a nossa forma de trabalhar ao que o próprio sistema “propunha”, dado que consideramos existir uma estruturação que podia trazer valor acrescentado.”

Tiago Silvestre, Director de Sistemas de Informação da Logic – Logística Integrada, SA



SOLUÇÃO

Tiago Silvestre sublinha que o processo de análise de potenciais soluções não foi longo, mas o detalhe foi elevado. De entre os critérios que suportaram a decisão destacou-se a flexibilidade da solução para se adaptar aos processos negócio.

Para a Logic era particularmente relevante que o software apresentasse um elevado nível de integração com a componente de correio electrónico, até porque o email é cada vez mais relevante na execução das tarefas do dia-a-dia e no contacto com os clientes, seja pela equipa comercial, seja pelos colaboradores de outras áreas funcionais.

Tendo como plataforma de correio electrónico o Microsoft Exchange, a Logic não pretendia que esse ponto de partida fosse limitador de alternativas e equacionou mesmo a possibilidade de mudança de sistema de email para ter a solução de CRM com o mais elevado cumprimento dos requisitos. **“Para nós era igualmente importante investir numa plataforma tecnológica que nos desse garantia de evolução”**, sublinha Tiago Silvestre. Do seu ponto de vista a escolha do Microsoft Dynamics CRM foi facilitada pelo facto de apresentar vantagens nos vários critérios. **“Diria que a solução da Microsoft ganhou em toda a linha, incluindo a facilidade de utilização, o nível de integração com o sistema de correio electrónico, a qualidade do próprio parceiro de implementação, a Arquiconsult, e o preço”**, destaca.

O projecto de implementação, que seguiu a metodologia aconselhada pela Microsoft, incidiu em duas áreas principais, comercial e marketing, contando também com a administração da empresa entre o grupo de utilizadores. Em Abril de 2007 foi iniciada a implementação e em Julho o Microsoft Dynamics CRM já estava a ser utilizado.

“Constituímos uma equipa mista, com a Arquiconsult e elementos nossos, identificámos os key users e procedemos a várias reuniões de preparação com vista a definir o âmbito e o nível de customização da solução. O trabalho preparatório foi muito importante para o bom andamento do projecto”

, recorda Tiago Silvestre. O mesmo responsável acentua a importância da fase de formação, o envolvimento dos utilizadores e a estratégia de introdução faseada dos dados no sistema como elementos que contribuíram para o sucesso da adesão ao novo

Diria que a solução da Microsoft ganhou em toda a linha, incluindo a facilidade de utilização, o nível de integração com o sistema de correio electrónico, a qualidade do próprio parceiro de implementação, a Arquiconsult, e o preço.

Tiago Silvestre, Director de Sistemas de Informação da Logic – Logística Integrada, SA

sistema. Não existindo nenhum software de gestão de relacionamento com clientes antes da introdução do Microsoft Dynamics CRM não houve um processo formal de migração. O novo sistema foi sendo alimentado pela importação de informação introduzida em Excel e por dados introduzidos pelos próprios colaboradores. Na componente de histórico a estratégia foi de introdução progressiva e ao nível de novos clientes ou “nova informação de clientes” era ponto assente que o Microsoft Dynamics CRM teria que ser o sistema de base.

“À medida que vamos sentindo novas necessidades vamos introduzindo mais dados no CRM. Pensamos que é uma metodologia que permite ultrapassar a natural resistência dos utilizadores a novas formas de trabalhar ou a novos sistemas. Hoje em dia são os próprios utilizadores que tomam a iniciativa de alimentar o CRM com novos dados, porque sentem a utilidade da nova ferramenta para a execução do seu trabalho”, refere Tiago Silvestre. E acrescenta: “no âmbito da implementação do Microsoft Dynamics CRM fizemos alguma reengenharia de processos e nalguns casos readaptámos a nossa forma de trabalhar ao que o próprio sistema “propunha”, dado que consideramos existir uma estruturação que podia trazer valor acrescentado”.

Hoje em dia todo o processo comercial é baseado na solução da Microsoft, desde a identificação de novas oportunidades ao fecho de negócio e, depois disso envolvendo todo o acompanhamento do contrato, nomeadamente pela equipa de pós-venda, que tem uma função sobretudo coordenadora, que visa garantir que o nível de serviço acordado com os clientes está a ser cumprido.

A vertente de telemarketing, que incide em particular no serviço Logic Easy, dirigido a pequenas e médias empresas, também está envolvida. **“O sistema de CRM permite dar corpo, de forma mais fácil, à estratégia já existente de orientação ao cliente”,** sublinha.

BENEFÍCIOS

Um dos benefícios que, de acordo com Tiago Silvestre, se tornou evidente com o investimento no Microsoft Dynamics CRM foi precisamente a melhoria na coordenação entre a empresa e os seus clientes, com reflexo na satisfação dos mesmo e, claro, no potencial de fidelização. Por outro lado, o mesmo gestor destaca a introdução de um maior nível de clarificação na estruturação de processos, sendo certo que o acompanhamento de todo o fluxo comercial saiu facilitado. Tendo um sistema centralizado no cliente é possível saber que interações foram estabelecidas com o mesmo, por quem, com que finalidade ou com que resultados.

A capacidade de avaliação interna também melhorou, dado que o nível de registo e de acesso à informação aumentou.

Para Tiago Silvestre destaca-se ainda a componente de centralização da informação. “Havia algum desperdício de tempo a solicitar dados que sabíamos que existiam mas nem sempre tínhamos conhecimento da sua localização. O Microsoft Dynamics CRM apresenta-se como um repositório centralizado que permite aos vários utilizadores, de diferentes áreas funcionais, obter

rapidamente o que procuram”, diz. E acrescenta: **“uma ferramenta como o CRM facilita de facto a relação com o cliente. Antes, se este fazia um pedido a uma das áreas operacionais e não era efectuado registo, ficava apenas do conhecimento da pessoa com quem tinha sido estabelecido contacto e podia “perder-se”. Com o CRM, para além do registo, existe partilha de informação e torna-se mais simples supervisionar e controlar o que tem que ser feito”.** Soma-se a integração com a plataforma de correio electrónico, com impacto na gestão de trabalho colaborativo.

Passados alguns meses de utilização do sistema a Logic começou a olhar para o futuro, equacionando novas formas de exploração. Por isso, começou a estudar, com a Arquiconsult, a utilização do Microsoft Dynamics CRM no acompanhamento e renovação de contratos de fornecedores. Por outro lado, está previsto alargar o leque de utilizadores da solução às áreas operacionais e mesmo à equipa de sistemas de informação, até porque em muitos negócios, nomeadamente junto de grandes organizações, está envolvida integração de sistemas entre a Logic e os seus clientes, potenciando a automatização dos processos de logística.

“A gestão das reclamações, registadas no CRM, deverão passar a ser tratadas pela área operacional”, antecipa.



Uma ferramenta como o Microsoft Dynamics CRM facilita de facto a relação com o cliente. Antes, se este fazia um pedido a uma das áreas operacionais e não era efectuado registo, ficava apenas do conhecimento da pessoa com quem tinha sido estabelecido contacto e podia “perder-se”.

SOBRE A ARQUICONSULT

Arquiconsult é uma empresa de consultoria de sistemas de gestão de informação, assente em tecnologias Microsoft Dynamics 365, com escritórios em Barcelona, Bilbao, Lisboa, Luanda, Madrid, Porto, Riyadh, Salamanca, Sevilha e Vila Real.

Com uma equipa de consultores experiente e altamente qualificada, já implementou algumas das mais complexas Soluções de Negócio Microsoft Dynamics, sendo por isso frequentemente referida a clientes internacionais para as suas implementações no nosso país.

A Arquiconsult inova constantemente a sua oferta e tem disponíveis múltiplas verticalizações para diversos setores de atividade, que acrescentam valor ao Microsoft Dynamics. O Microsoft Dynamics AX é um exemplo claro que nos permite colocar à disposição das empresas portuguesas e internacionais a melhor e mais completa solução integrada de Gestão.

Alguns clientes de referência nos vários setores de atividade:

- Polopique
- Dunlop Protective Footwear
- Teka Portugal
- Klaveness
- Farfetch
- Stericycle
- SAPA
- Gunnebo
- Tecnocabel

LOCALIZAÇÕES

BARCELONA | BILBAO | LISBOA | LUANDA | MADRID
PORTO | RIYADH | SALAMANCA | SEVILHA | VILA REAL

PT (+351) 218 205 610
comercial@arquiconsult.com

ES (+34) 633 907 561
comercial.spain@arquiconsult.com

AO (+244) 939 954 360
comercial@arquiconsult.com

KSA (+966) 50 763 4302
commercial@arquiconsult.com



www.arquiconsult.com

Co-Financed:

COMPETE
2020

PORTUGAL
2020



UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu
de Desenvolvimento Regional

Microsoft
Dynamics 365