

Sessão 16
SISTEMAS DE INFORMAÇÃO

119

ESTUDO DAS NECESSIDADES DE IMPLANTAÇÃO DE UM CRM COM BASE EM E-COMMERCE DE EMPRESA VAREJISTA. *Gustavo Griebler, Sandro Ergang (orient.) (SETREM).*

Com a crescente importância que a Internet vem assumindo e o aumento dos recursos da grande rede de computadores, como por exemplo o grande volume de vendas *on-line* que têm sido verificadas, vê-se a necessidade das empresas acompanharem esta evolução. Este estudo apresenta uma proposta de implantação de um sistema de gerenciamento do relacionamento com o cliente (do inglês CRM) a partir de um *E-commerce* desenvolvido para empresa varejista. Os métodos utilizados na pesquisa foram o histórico e o bibliográfico para referência da literatura sobre o assunto, sendo também utilizada a pesquisa exploratória e experimental pelo estudo das necessidades de implantação do CRM. Resultados parciais que se atingiram até agora foram os requisitos levantados para o futuro sistema de CRM a partir do *E-commerce* desenvolvido na primeira parte desta pesquisa. Estes requisitos dizem respeito especialmente à avaliação do perfil de compra dos compradores, gerando assim indicadores por idade, sexo, classe social, faixa etária, faixa de renda, seção de produtos de maior interesse, frequência de compra *on-line*. Para isso se concretizar, após a compra, no e-mail em que é enviado ao comprador com a confirmação da compra e o número de protocolo de compra, é mandada junto uma pesquisa de satisfação, que contém informações pessoais, além de avaliar a compra e a empresa. Este sistema, a ser integrado à aplicação de *E-commerce* da empresa, pode representar muitos ganhos para a mesma, já que, a partir do CRM, poderá ser visto onde ela pode melhorar, onde estão ocorrendo problemas com vendas pequenas e maiores índices de reclamação, além de promover promoções e intensificação da propaganda onde há maiores vendas.