SSC0531- Gestão de Sistemas de Informação

Aplicações Integradas Empresariais: ERP e CRM

Simone do R. S. Souza

ICMC/USP - 2022

Estrutura organizacional típica

Nível estratégico

Sistemas de Apoio ao Executivo

Nível tático

Sistemas Informação Gerencial
Sistemas de Apoio à Decisão

Nível operacional

Sistemas de processamento de transações

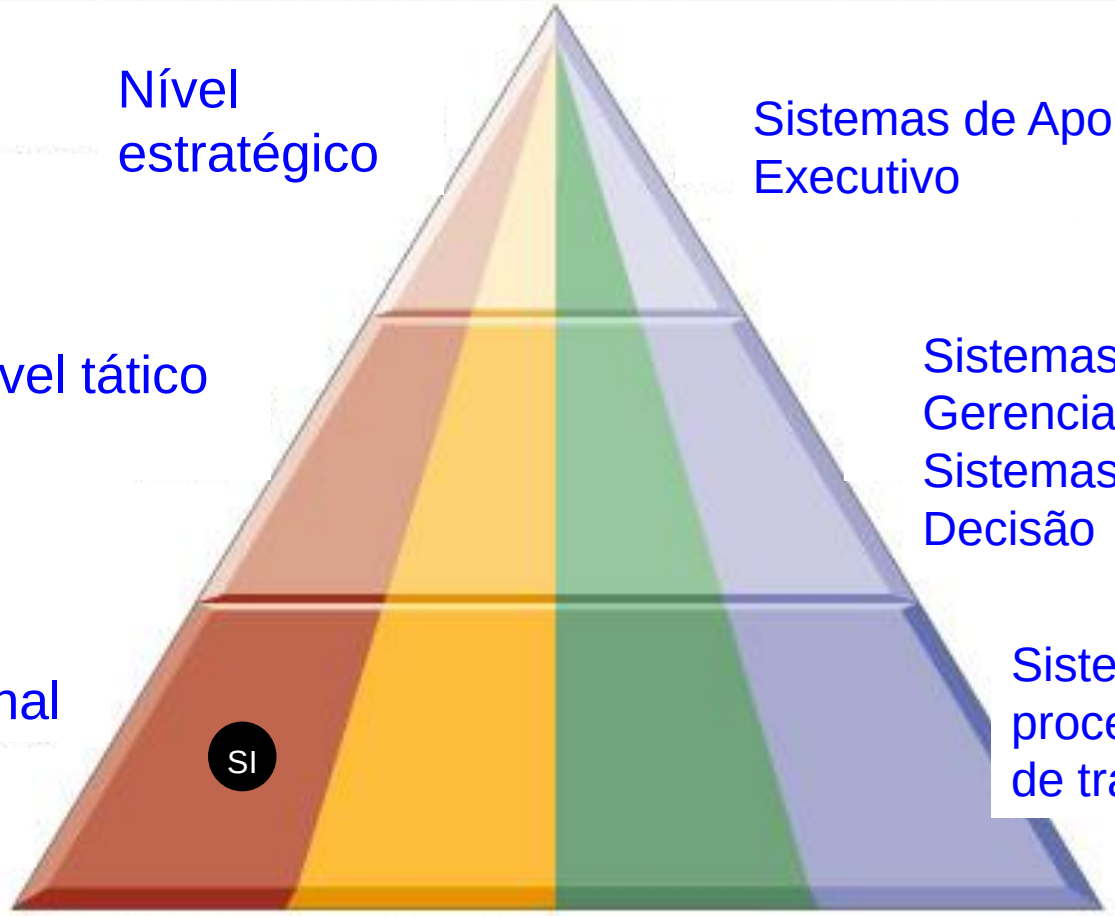
Vendas e Marketing

Fabricação

Finanças e Contabilidade

Recursos humanos

Estrutura organizacional típica



Nível estratégico

Sistemas de Apoio ao Executivo

Nível tático

Sistemas Informação Gerencial
Sistemas de Apoio à Decisão

Nível operacional

Sistemas de processamento de transações

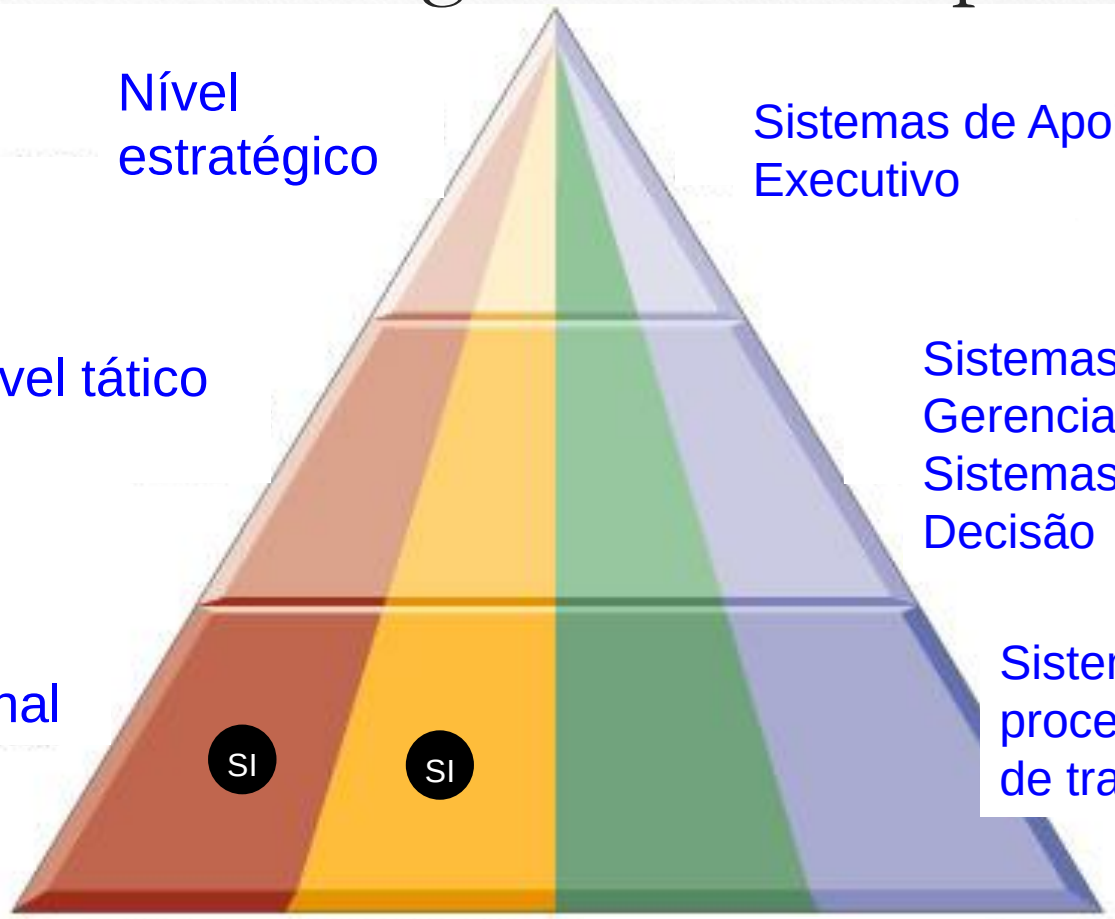
Vendas e Marketing

Fabricação

Finanças e Contabilidade

Recursos humanos

Estrutura organizacional típica



Nível estratégico

Sistemas de Apoio ao Executivo

Nível tático

Sistemas Informação Gerencial
Sistemas de Apoio à Decisão

Nível operacional

Sistemas de processamento de transações

Vendas e Marketing

Fabricação

Finanças e Contabilidade

Recursos humanos

Estrutura organizacional típica

Nível estratégico

Sistemas de Apoio ao Executivo

Nível tático

Sistemas Informação Gerencial
Sistemas de Apoio à Decisão

Nível operacional

Sistemas de processamento de transações

Vendas e Marketing

Fabricação

Finanças e Contabilidade

Recursos humanos

Estrutura organizacional típica

Nível estratégico

Sistemas de Apoio ao Executivo

Nível tático

Sistemas Informação Gerencial
Sistemas de Apoio à Decisão

Nível operacional

Sistemas de processamento de transações

Vendas e Marketing

Fabricação

Finanças e Contabilidade

Recursos humanos

Estrutura organizacional típica

Nível estratégico

Sistemas de Apoio ao Executivo

Nível tático

Sistemas Informação Gerencial
Sistemas de Apoio à Decisão

Nível operacional

Sistemas de processamento de transações

Vendas e Marketing | Fabricação | Finanças e Contabilidade | Recursos humanos

Estrutura organizacional típica

Nível estratégico

Sistemas de Apoio ao Executivo

Nível tático

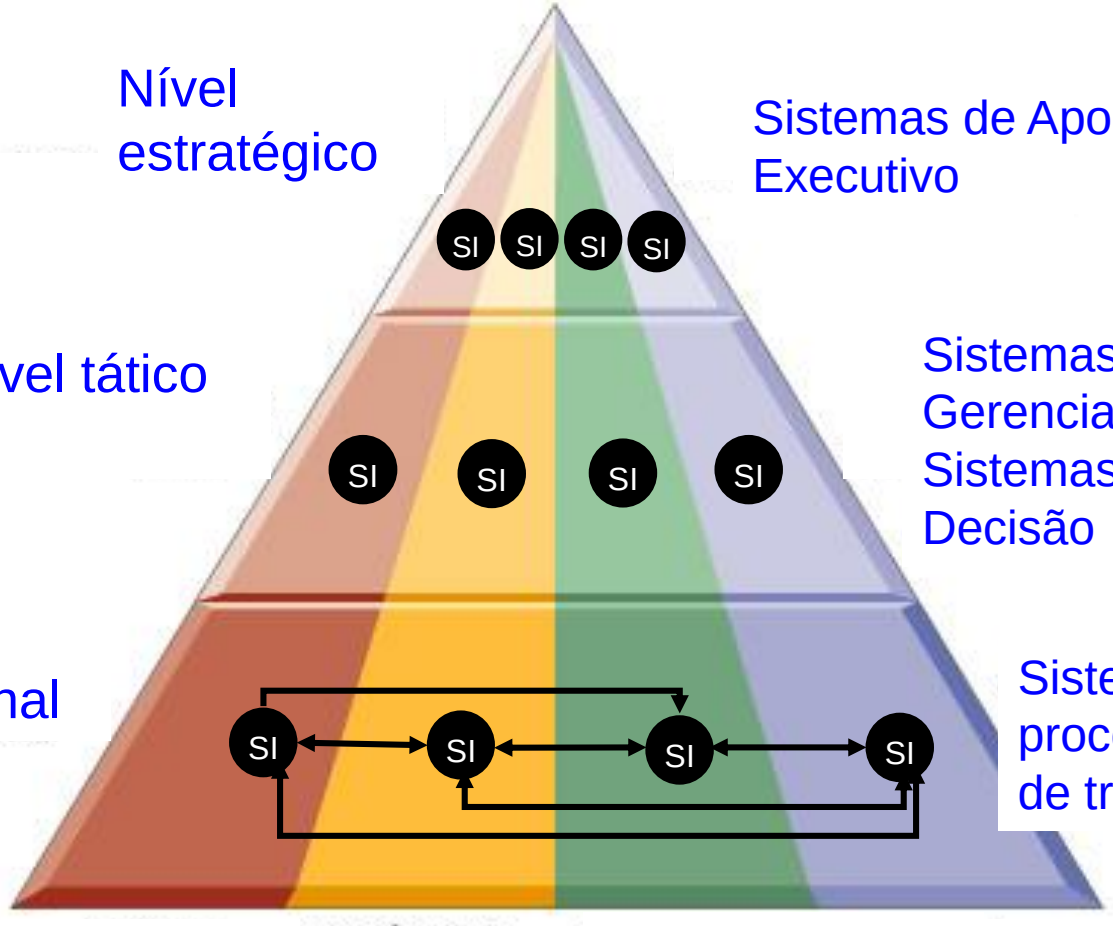
Sistemas Informação Gerencial
Sistemas de Apoio à Decisão

Nível operacional

Sistemas de processamento de transações

Vendas e Marketing | Fabricação | Finanças e Contabilidade | Recursos humanos

Estrutura organizacional típica



Nível estratégico

Sistemas de Apoio ao Executivo

Nível tático

Sistemas Informação Gerencial
Sistemas de Apoio à Decisão

Nível operacional

Sistemas de processamento de transações

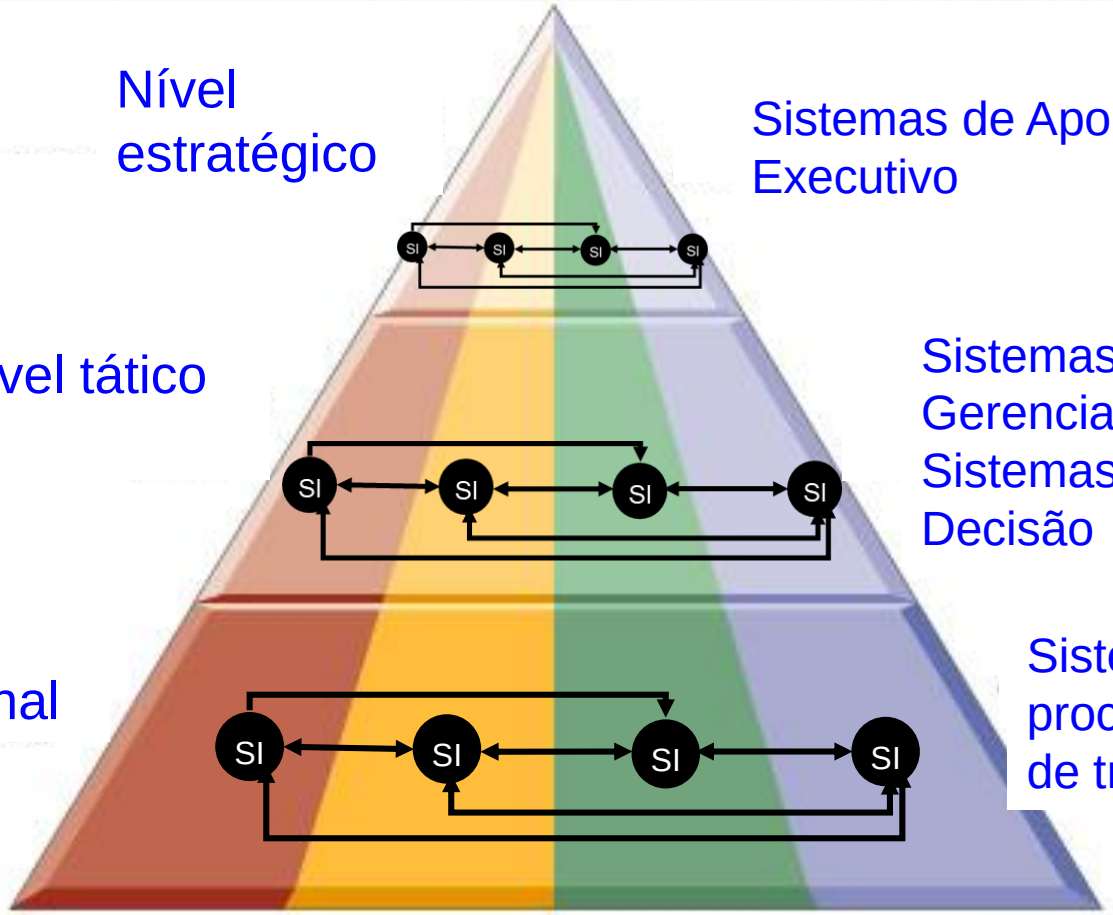
Vendas e Marketing

Fabricação

Finanças e Contabilidade

Recursos humanos

Estrutura organizacional típica



Nível estratégico

Sistemas de Apoio ao Executivo

Nível tático

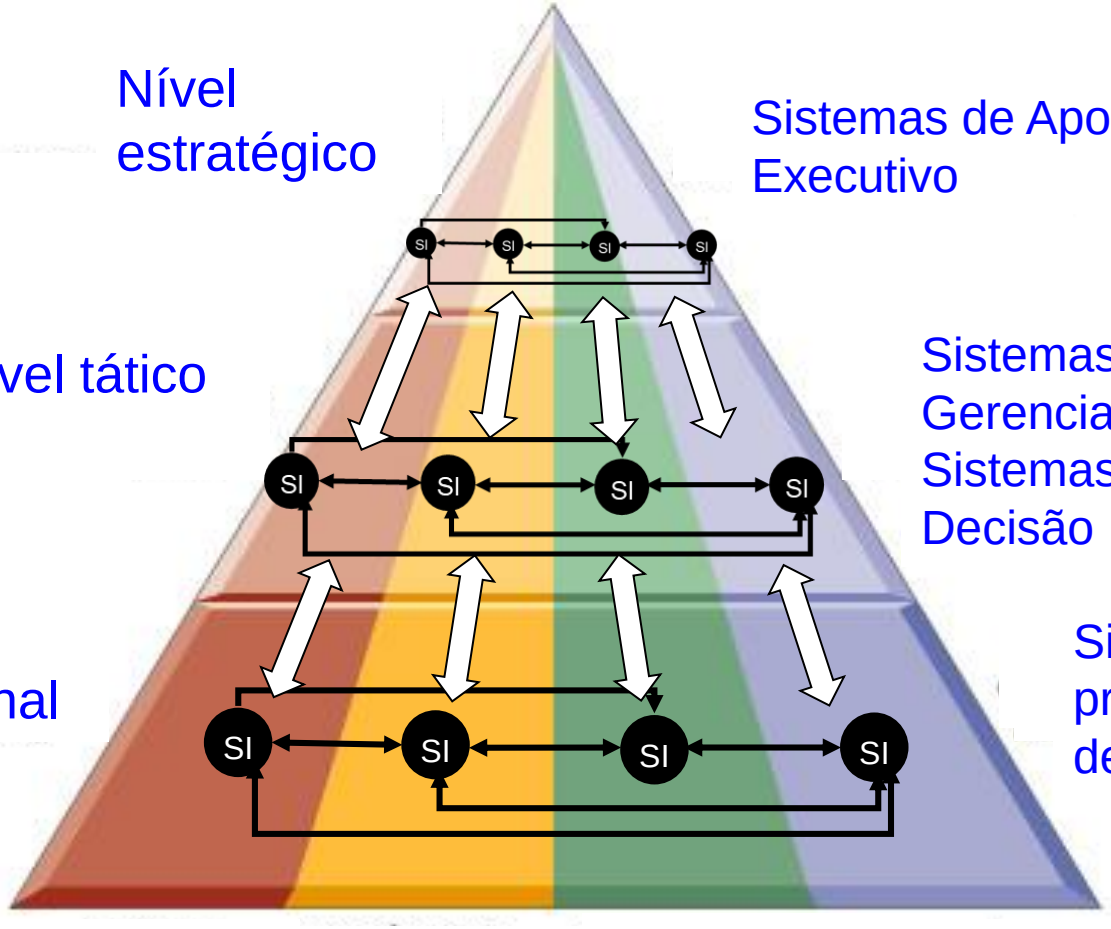
Sistemas Informação Gerencial
Sistemas de Apoio à Decisão

Nível operacional

Sistemas de processamento de transações

Vendas e Marketing | Fabricação | Finanças e Contabilidade | Recursos humanos

SIs integrados



Nível estratégico

Sistemas de Apoio ao Executivo

Nível tático

Sistemas Informação Gerencial
Sistemas de Apoio à Decisão

Nível operacional

Sistemas de processamento de transações

Vendas e Marketing | Fabricação | Finanças e Contabilidade | Recursos humanos

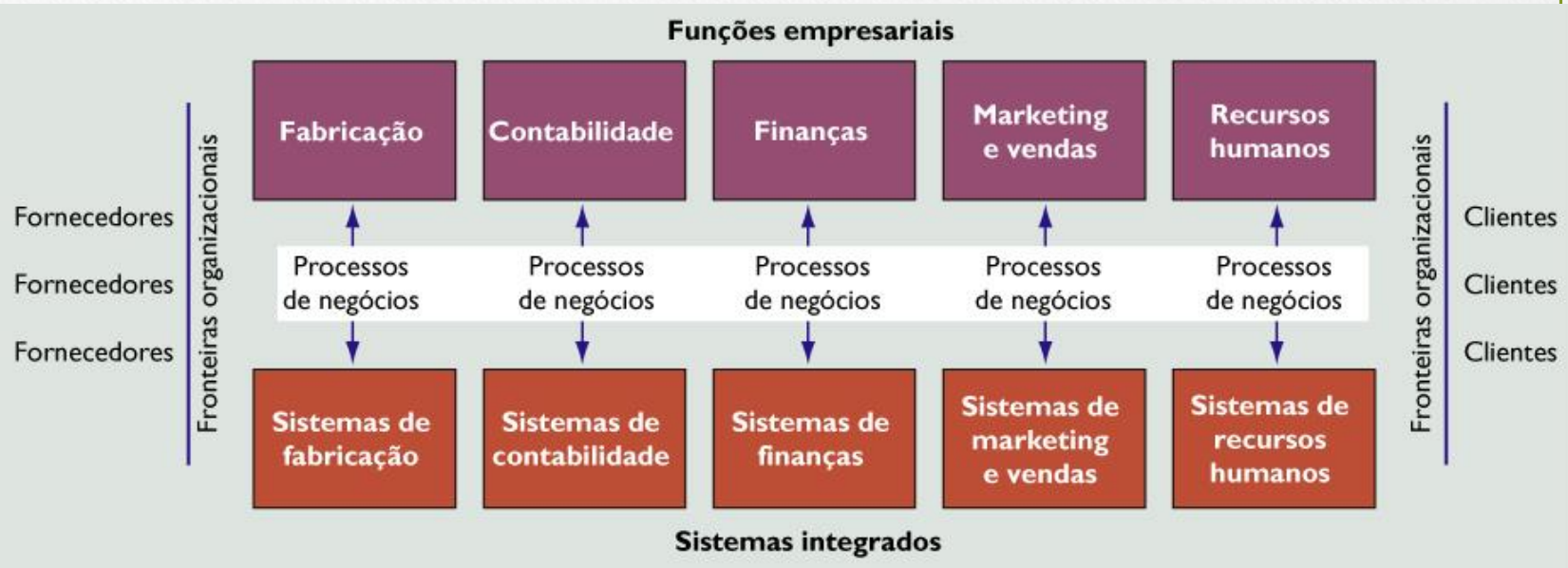
Objetivos de SI integrados

- Integrar informações importantes
  - Visão global dos negócios
- Informação atualizadas
  - Permite planejamento, monitoramento e controle

Objetivos de SI integrados

- Apoiar a realização de processos de negócios transfuncionais
- O que é um processo de negócio?

Visão Tradicional de Sistemas



Exemplo: o processo de negócio transfuncional

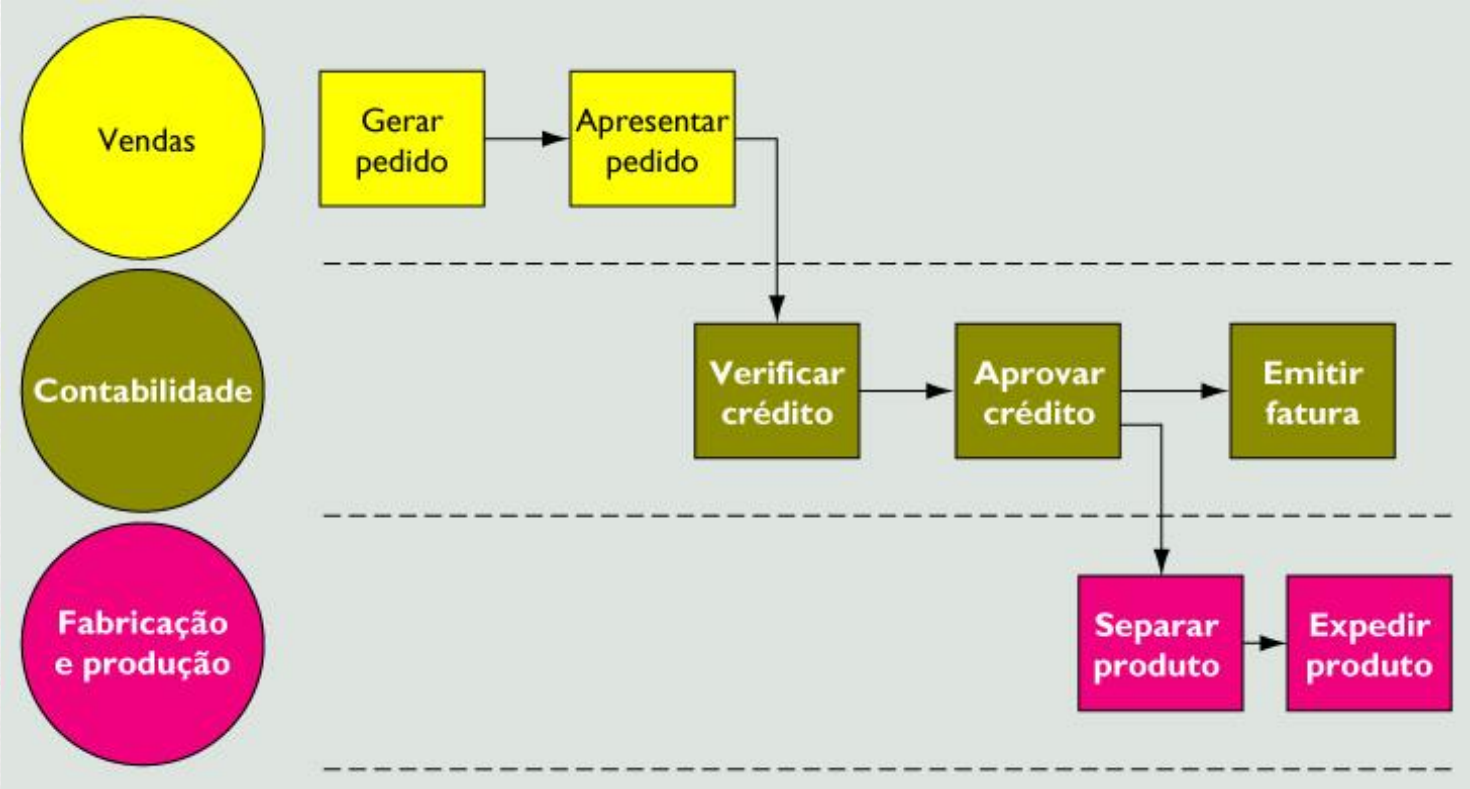
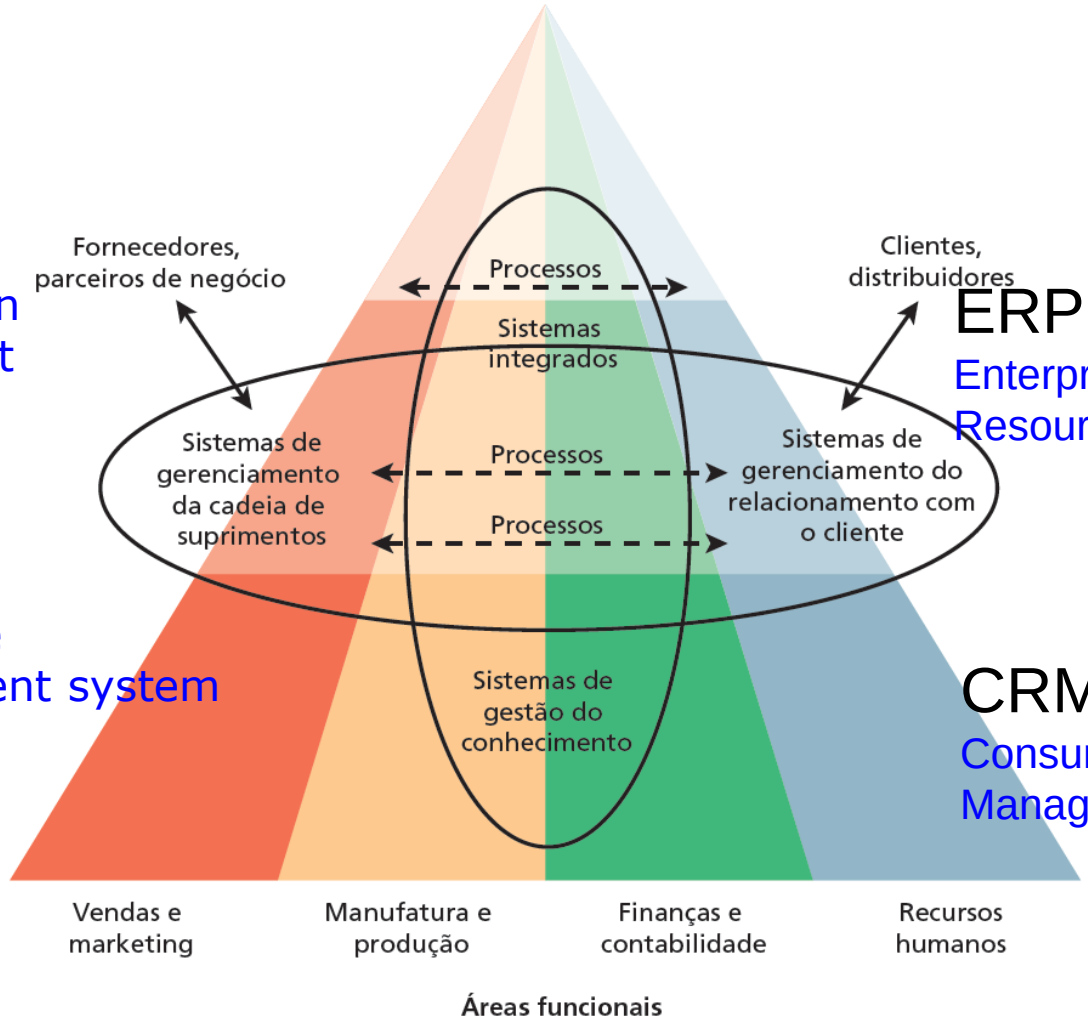


Figura 2.9 Arquitetura de um aplicativo integrado

Os aplicativos integrados automatizam processos que abrangem várias funções e níveis organizacionais e podem até se estender para fora da empresa.

SCM:
Supply Chain Management

KMS:
Knowledge management system



ERP:
Enterprise Resource Planning

CRM:
Consumer Relationship Management

Aplicações integradas empresariais

- ERP (Enterprise Resource Planning)
- CRM (Consumer Relationship Management)
- SCM (Supply Chain Management)
- KMS (Knowledge management system)

ERP: Cenário Empresarial

- Problemas:
  - Comunicação entre departamentos.
  - Falta de padronização dos dados e dos processos.
  - Lentidão e/ou ineficácia dos processos.

ERP: Histórico

1950

Sistemas de controle de estoque

1970

Expansão econômica e disseminação dos computadores
Surgimento dos MRP (Material Requirement Planning).
Programação de produção.
Cálculos "grosseiros"

1980

Redes de computadores e desktops.
MRP II
Controle de chão de fábrica.
Controle de compras.
tomada de decisão gerencial

1990

ERP (*Enterprise Resource Planning*)

2000

Boom nas vendas dos pacotes de gestão.
Aumento no número de fornec. ERP
ERP visto como um substituto dos sistemas que poderiam falhar com o bug do milênio

ERP (Enterprise Resource Planning)

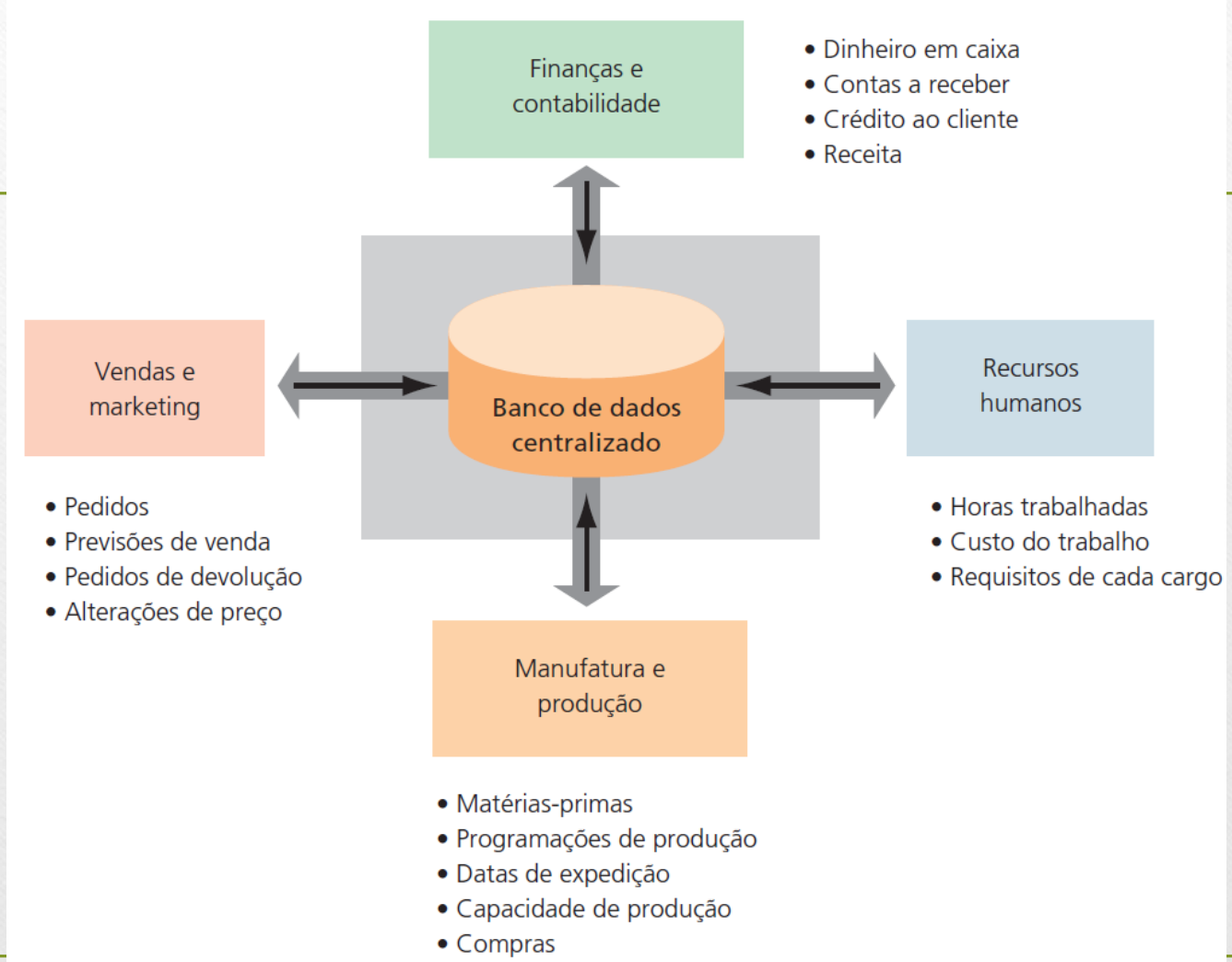
- O ERP é um sistema de informação gerencial (SIG) desenvolvido para integrar os diversos departamentos de uma empresa.

Permite a automação e armazenamento de todas as informações de negócios.

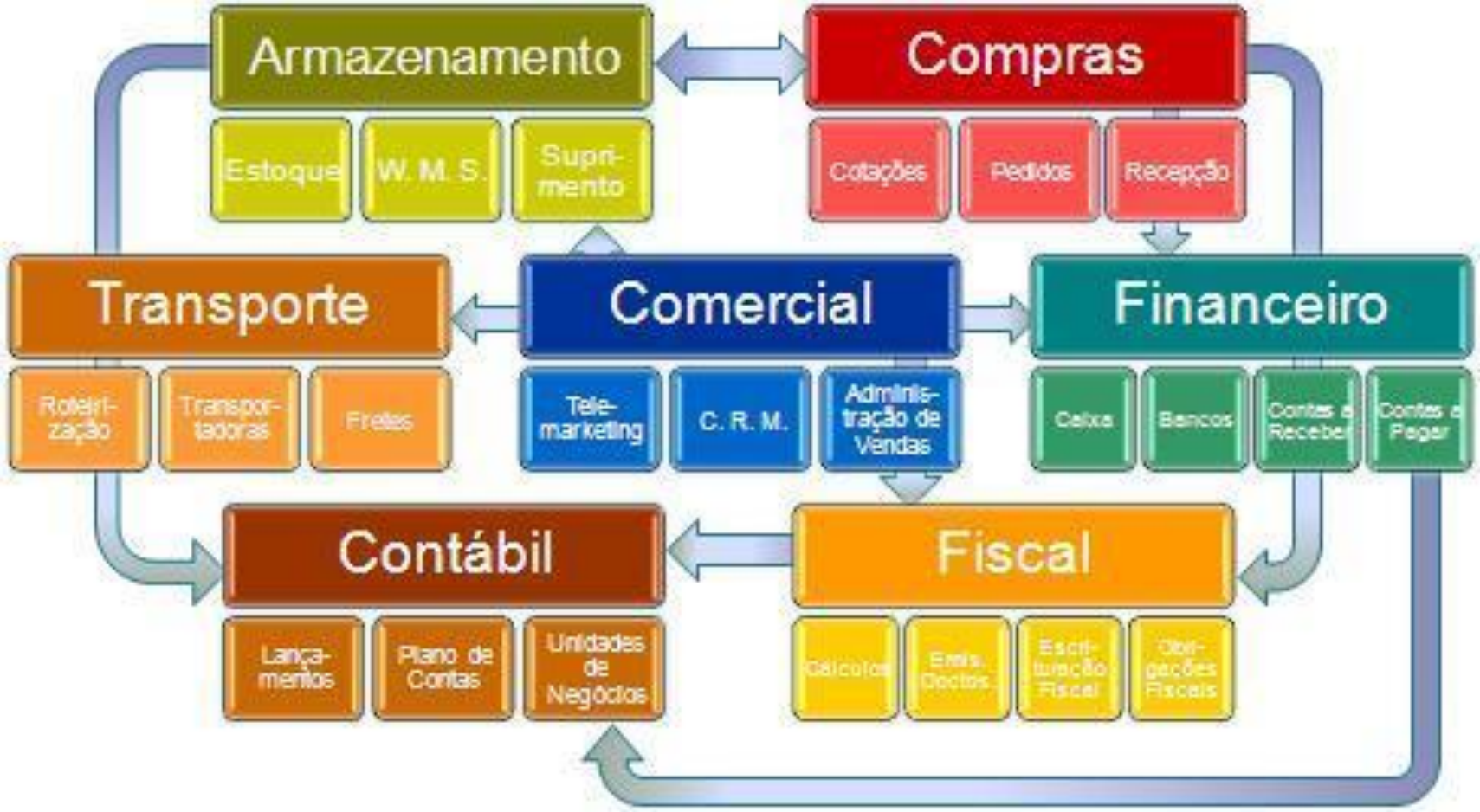
ERP (Enterprise Resource Planning)

- ERP é um **sistema integrado**, que possibilita um fluxo de informações único, contínuo e consistente por toda a empresa sob uma única base de dados.
- É um instrumento para a melhoria de processos de negócio.
  - Produção, compras, distribuição.
- Informações on-line e em tempo real.

ERP (Enterprise Resource Planning)



ERP (Enterprise Resource Planning)



ERP: Benefícios

- Melhoria de acesso aos dados com qualidade para a tomada de decisão
- Eliminação de sistema legados caros e inflexíveis
- Melhoria nos processos de trabalho
- Atualização da infraestrutura e tecnologia

ERP: (Enterprise Resource Planning)

- Tipos de ERPs que podem ser oferecidos?
- Qual o custo?
- Fornecedores?

ERP: Limitações

- Custo alto e tempo de implantação
- Dificuldade em gestão de mudança
- Solução genérica e customização
- Sistemas legados
- Frustação do usuário com o novo sistema

ERP: Implantação

- *O que pode acontecer, ou seja, o que pode dar certo e o que pode dar errado?*

SSC0531- Gestão de Sistemas de Informação

Aplicações Integradas Empresariais: CRM

Tecnologias de Informação

- ERP (Enterprise Resource Planning)
- CRM (Consumer Relationship Management)
- SCM (Supply Chain Management)
- KMS (Knowledge management system)

CRM: Cenário Empresarial

- 80% dos negócios são realizados com 20% dos clientes (Princípio de Pareto)
- Atrair um novo cliente custa até 5 vezes mais do que manter o atual.
- Um cliente **satisfeito:**
  - Compra novamente.
  - Prefere a sua empresa, muitas vezes, independente do preço

CRM: Histórico

- Não é uma filosofia nova.
  - Comércio atendia de forma personalizada às pessoas.
  - O próprio dono do negócio atendia ao cliente:
    - Conhecendo-o pelo nome, sabendo seus hábitos e preferências.
- Crescimento das empresas e grandes ganhos com a produção mudaram o foco para o produto.
  - Troca-se qualidade por quantidade.

CRM: Histórico

- Nos anos 60, a empresa japonesa Toyota percebeu a importância do consumidor, e passou a ajustar sua produção de acordo com as necessidades dos clientes.
  - Banco de dados do cliente.
    - Data da última compra (periodicidade na troca de automóveis).
    - Fidelidade do cliente.

CRM: Histórico

- Durante muito tempo, CRM foi visto como exclusivo da indústria ou entre empresas.
- Aos poucos, o CRM passou a fazer parte das organizações.
  - Desenvolvimento de relacionamento e foco no cliente.
- Últimos 20 anos, a TI tornou-se mais acessível, possibilitando às organizações a criação de relacionamentos com um grande número de clientes.

CRM: Vantagens

- Otimizar recursos durante o marketing.
  - Público-alvo.
- Redução de custos.
  - Oferecer produto ou serviço mais adequado.
- Identificar clientes em potencial.
- Feedback dos clientes.
  - Qualidade dos produtos e serviços oferecidos.

CRM

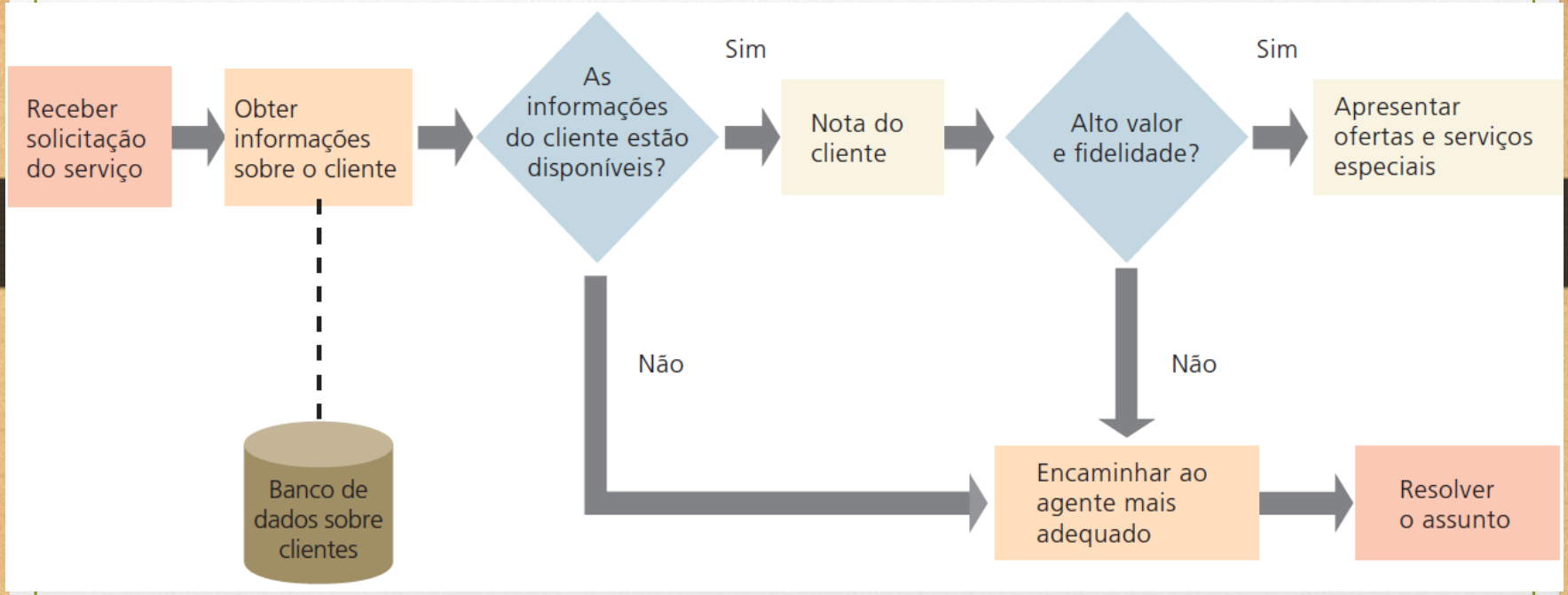
(Customer Relationship Management)

- Foco é o cliente.
  - É o centro da organização.
  - Construção e gerenciamento das relações com o cliente.
- Oferecer ferramentas para conhecer melhor o cliente.
  - Tratar clientes diferentemente
  - Consolida dados do cliente de várias fontes e fornece ferramentas analíticas para responder a perguntas.

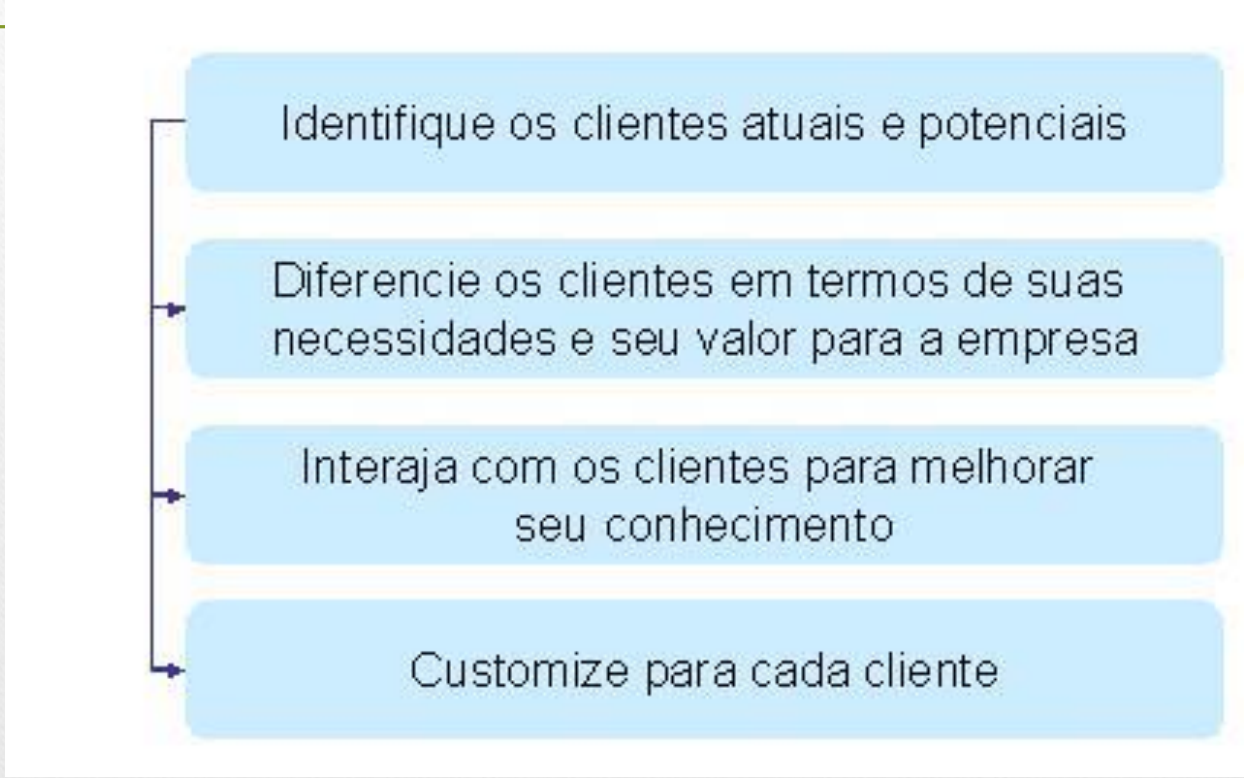
CRM – Gestão do Relacionamento com o Cliente

Uso de aplicações integradas para abordar todos os aspectos do relacionamento com o cliente

CRM
(Customer Relationship Management)



CRM
(Customer Relationship Management)



CRM
(Customer Relationship Management)

- Sucesso do CRM consiste em:
  - Identificar o que cria valor para os clientes.
  - Oferecer precisamente o que os clientes querem.
  - Exemplos?

Bimbo do Brasil

Pão fresquinho na porta

Recebe cerca de 300 contatos diários

Desafio: tornar a experiência do cliente cada vez mais fácil e agradável

Oferece diversos canais de contato com o consumidor, como 0800, e-mail, chat e redes sociais, além das pesquisas de opinião.

Clientes provam e aprovam tudo antes de chegar ao mercado. Podem fazer pedidos quando querem um produto com sabor diferente ou a volta de uma edição limitada

Os clientes com relacionamento mais próximos à empresa recebem ainda os produtos em suas casas em primeira mão.

Bimbo do Brasil

Pão fresquinho na porta

Autopeças e serviços automotivos DPASCHOAL

Escutar e entender

Tem 70 anos de história

Criou o Centro de Treinamento Técnico e Inovação para qualificar sua equipe

Busca interagir com o consumidor de maneira proativa, auxiliando com conhecimento e facilitando o processo

Pesquisas realizadas pela DPaschoal em diferentes canais mapearam que a jornada de compra e suas principais necessidades são resumidas em "tempo", "segurança", "sustentabilidade", "gastar apenas o necessário" e "confiança".

Mobilidade Urbana: 99

TI para conversar com o cliente

A interação com o cliente permite identificar problemas e ajuda a empresa a pensar em soluções

A empresa lançou uma solução de reconhecimento facial para 100% dos motoristas. A ideia é que o condutor do veículo se conecte ao aplicativo por meio dessa tecnologia antes do início de uma corrida. O objetivo é aprimorar a segurança para o consumidor, coibindo tentativas de fraude.

"Até o início deste século, muitas empresas eram focadas em produtos e a tecnologia era vista como um diferencial competitivo. Hoje, a tecnologia se tornou uma commodity"

Uso do aplicativo para dialogar com o cliente, para saber o que eles pensam da experiência 99

Segmentos de um CRM

CRM Operacional

- Aplicações voltadas aos processos de negócio da empresa focando na entrega de serviços ao cliente e todas as atividades relacionadas:
  - Atendimento
  - Gestão de pedidos
  - Cobrança ...

CRM Colaborativo

- Reflete o modo que a organização relaciona o cliente com as funções do negócio, criando e sustentando o relacionamento entre ambos.
- *internet, call center, e-mail*, vendas, mala direta, operações de telemarketing, propaganda ...

CRM Analítico

- Captação, armazenamento e interpretação de dados dos clientes
- Dados de diferentes sistemas de relacionamento com o cliente para a tomada de decisão
- Valor do cliente ao longo do tempo

Software de CRM

- Diferente tipos (simples aos mais complexos). Podem incluir:
  - Pacote PRM – *Partner Relationship Management*
    - O PRM usa, em grande parte, os mesmos dados, ferramentas e sistemas que a gestão do relacionamento com o cliente, mas seu objetivo é melhorar a colaboração entre a empresa e seus parceiros de vendas.

Software de CRM

- Diferente tipos (simples aos mais complexos). Podem incluir:
  - Pacote ERM – *Employee Relationship Management*
    - O ERM lida com assuntos de RH e estritamente relacionados ao CRM, tais como estabelecimento de metas, gestão do desempenho do funcionário, remuneração baseada no desempenho e treinamento.

Software de CRM

- Normalmente incluem:
  - Automação da força de vendas
  - Atendimento ao cliente
  - Marketing
- Uso de base de dados integradas
- Uso de bots automatizados

Principais Fornecedores de ERP e CRM

- ERP:
  - SAP
  - Totvs
  - ...
- CRM:
  - Salesforce.com
  - Microsoft
  - SAP
  - ...

SSC0531- Gestão de Sistemas de Informação

Aplicações Integradas Empresariais: ERP e CRM

Simone do R. S. Souza

ICMC/USP - 2022