

Augusto Campos

O que um administrador de redes e sistemas pode querer com um sistema de CRM?
por Augusto Campos

Não deixe o ar corporativo do termo afastá-lo de suas áreas de interesse! As disciplinas e recursos que fazem parte do CRM são bastante interessantes para os administradores de redes e de sistemas, e também para as áreas de suporte de informática em geral. CRM, a sigla internacional para as técnicas de gestão do relacionamento com o cliente, é um conceito que geralmente está na esfera de preocupação do pessoal do marketing corporativo, ou nas áreas administrativas em geral. Mas deveria estar na sua, também.

Primeiro, o mais básico: todo administrador de sistemas deve insistir na implantação oficial de um sistema de gestão de suporte que controle todo o ciclo de vida de um chamado ou problema, atribua a ele um identificador único e controle seu trânsito por todas as áreas envolvidas

Mas quando a operação de suporte começa a crescer, começa a ser insuficiente limitar-se à gestão da resolução de problemas. Outros conceitos, como *Workflow* e *ERP*, entram na jogada, e um dos primeiros cuja ausência tende a ser percebida, por ser ligada diretamente ao cliente (interno ou externo) é o de CRM. Nessa fase, a sua empresa já deveria ter seu próprio sistema de CRM, pois essa tecnologia está ligada umbilicalmente a relacionamentos de marketing e vendas com os clientes.

Mesmo assim, às vezes, a organização ainda não dispõe de CRM, ou a integração imediata entre as áreas não é possível, ou mesmo desejável nos moldes em que você preferiria – por exemplo, se o seu suporte atende essencialmente a clientes internos. Nesse caso, é hora de colocar a mão na massa e selecionar (ou desenvolver, ou adaptar) um sistema de gestão de suporte que tenha suficiente ênfase na perspectiva do cliente, com o mesmo tipo de enfoque que um sistema de CRM tradicional (nas esferas operacionais, analíticas e colaborativas) teria, mas com um objetivo diferente: em vez de realizar mais vendas ou prolongar o relacionamento comercial com o cliente, garantir a satisfação do usuário de suporte, prever e antecipar a solução de problemas repetitivos, identificar usuários que devem ser objeto de atendimento especial, e outras atitudes que otimizam o relacionamento com o cliente – das quais uma das principais é a mais básica: fazer com que todo atendente de suporte tenha acesso imediato à ficha completa de cada usuário no momento da abertura do chamado, e incluir nessa ficha recomendações baseadas no histórico do relacionamento com esse usuário em particular.

Isso é algo que toda central de telemarketing já tem, e que desejaríamos que o suporte das nossas empresas de celular e banda larga tivessem (e que funcionasse a nosso favor), e que até mesmo as pizzarias com tele-entrega já começam a ter, e que a maioria das centrais de suporte corporativo de informática ainda não oferecem. Pense nisso! ■

Diversos softwares livres implementam esse tipo de controle, com variados graus de sucesso.

em sua solução. Por exemplo, suponhamos um chamado que tenha sido originado numa área de atendimento telefônico. Suponhamos agora que ele tenha que passar por dois setores diferentes – por exemplo, o de infra-estrutura de autenticação e o de administração de sistemas – para que seja considerado resolvido. Antes que a equipe de atendimento possa informar o cliente sobre a resolução do problema e como ele deve proceder, é importante que o sistema permita a todos os envolvidos consultar o andamento desse chamado, com quem ele está, onde ele parou, quanto tempo levou para ser resolvido etc.

Diversos softwares livres implementam esse tipo de controle, com variados graus de sucesso. Procure *trouble ticket* no Freshmeat.net e você encontrará várias opções, a maioria delas voltadas a áreas de suporte pequenas e médias.

O autor

Augusto César Campos é administrador de TI e, desde 1996, mantém o site BR-linux.org, que cobre a cena do Software Livre no Brasil e no mundo.

