

MERCADO IMOBILIÁRIO

Microsoft Dynamics CRM

NOVO CENÁRIO ECONÔMICO E O MERCADO IMOBILIÁRIO

Crises políticas e econômicas não são exclusividade e nem novidade no Brasil. Por décadas temos aprendido como enfrentá-las e superá-las. Estou certo de que não será diferente desta vez.

Depois de um crescimento acelerado na última década, graças à crescente oferta de crédito, aumento da renda e ações do governo, o mercado imobiliário mostra sinais de arrefecimento. Juros altos, revisão dos gastos públicos e a debandada da poupança, importante origem de financiamento no setor, são as principais razões.

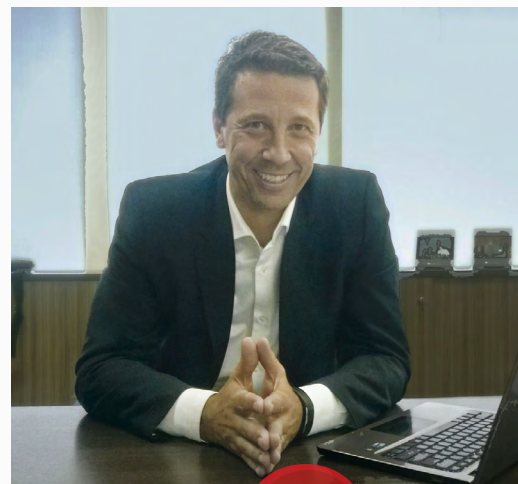
Pode parecer estranho, e até um contrassenso, mas em tempos de crise não é incomum a contratação de consultoria e software, como se

o desaquecimento fosse o sinal verde para o investimento em novas ideias, revisões de estratégias e processos de negócio. Esperamos que o conteúdo desta edição cumpra seu objetivo de informar e trazer "insights" que contribuam para um novo ciclo virtuoso de crescimento do mercado imobiliário e do Brasil.



Egon COradini

Director Comercial
AlfaPoeple Brazil



JHSF É PIONEIRA NO SEU SETOR AO IMPLEMENTAR O MICROSOFT DYNAMICS CRM 2015

A JHSF assumiu a dianteira entre as empresas do seu setor rumo a um mundo tecnológico, quando decidiu implementar o Dynamics CRM 2015, última versão do software de gestão na nuvem da Microsoft.

Com a adoção da solução, num processo de 15 meses dividido em quatro fases, cuja primeira foi completada em meados de dezembro pela AlfaPeople Brasil, o objetivo é oferecer atendimento personalizado aos seus atuais e futuros clientes.

Fundada em 1972, a JHSF Participações é líder no setor imobiliário de alta renda no Brasil, com expressiva atuação nos mercados de incorporações residenciais e comerciais de uso misto de larga escala. A empresa é reconhecida por seu pioneirismo, inovação, padrão de qualidade e pela capacidade de identificar novas oportunidades de negócios que geram impacto altamente positivo nas regiões onde são implantados.

Seguindo a sua filosofia de constante evolução, a JHSF percebeu que para oferecer serviços e produtos que fossem realmente de interesse para seus clientes e prospects, era preciso adotar um sistema que permitisse uma visão de 360 graus, centralizando e disponibilizando de maneira prática todas as informações geradas pelas diferentes áreas da empresa.

A solução foi implementar um pioneiro sistema de CRM premium,

para formar uma única base de dados acerca dos clientes das diversas áreas da JHSF, capaz de analisar todas as informações, com foco nas exigências dos seus clientes e poder tratá-los de forma diferenciada.

Coube então ao setor de TI o desafio de fornecer uma solução aos departamentos de vendas, marketing e pós-vendas, que possibilitasse uma ampla visão da base de clientes de cada divisão, não só para identificação de oportunidade de vendas, mas, além disso, fornecer melhores serviços, visando a sua fidelização. Após uma pesquisa de mercado, a solução escolhida foi o Microsoft Dynamics CRM Online 2015. Escolher um produto de última geração, disponibilizado mundialmente em dezembro, está exatamente em linha como a filosofia de inovar da JHSF. Não por acaso a JHSF foi um dos primeiros clientes a adotar a última versão do software.

“Com a implementação do Dynamics CRM Online, a JHSF irá conhecer cada vez mais os clientes, o que vai permitir entender as suas necessidades e atendê-los melhor e de forma diferenciada desde o primeiro contato, oferecendo apenas produtos que possam agregar valor a eles. Os vendedores poderão consultar uma base de dados interligada entre todas as áreas da companhia, analisar o perfil e, com essa sinergia, vamos saber se um cliente da incorporação tem interesse em um imóvel na Fazenda Boa Vista ou no nosso novo empreendimento, o Catarina, por exemplo”, explica Rogério Prado Pires, diretor de TI da JHSF.

“Já os prospects vão ficar na nossa base de dados, e se hoje não temos algo a oferecer de acordo com o seu

perfil, no futuro podemos oferecer algo que realmente interesse, como um imóvel no Parque Cidade Jardim, ou até mesmo uma grife no Cidade Jardim Shops, em desenvolvimento no bairro dos Jardins, em São Paulo”, continua o diretor de TI.

A escolha da consultoria AlfaPeople Brasil também foi um fator decisivo, de acordo com Pires. “Fomos buscar no mercado um implementador que fosse referência no nosso mercado, mas, além disso, houve um comprometimento da própria Microsoft, que deu suporte o tempo todo, o que adiantou a primeira fase em dez dias, inicialmente a finalização estava prevista para 29/12/2014. Outro ponto fundamental para escolhermos o Dynamics foi a possibilidade de rodar em qualquer plataforma na Internet, nos dando a possibilidade de grande portabilidade e mobilidade”, diz o executivo.

Após a implementação do Microsoft Dynamics CRM Online 2015, a JHSF pretende navegar mais. Após a implementação do Microsoft Dynamics CRM Online 2015, a JHSF pretende navegar mais longe nos mares da tecnologia, em direção a um programa de fidelização, no qual os clientes possam ter alguns benefícios, além de um portal do cliente. Além disso, no futuro haverá integração total do ERP com Dynamics CRM Online, numa única grande base de dados, sem necessidade de investir em estrutura, com mais velocidade, agilidade e produtividade para oferecer aos usuários. “Em resumo, precisamos de informações para tomar decisões, e se isso ocorrer com mais rapidez, vai ajudar muito a impulsionar os negócios da companhia”, conclui Pires.

TECNISA MELHORA SINERGIA ENTRE ÁREAS AO INVESTIR EM CRM

Com 37 anos de atividade, a Tecnisa é uma das maiores empresas brasileiras do segmento imobiliário e está entre as cinco maiores de São Paulo.

Com atuação integrada (incorporação, construção e vendas), possui lançamentos e empreendimentos. No início de 2013, após identificar que a central de atendimento aos clientes era restrita e não atendia às necessidades dos usuários, a empresa iniciou um processo para integrar as áreas de atendimento, financeiro, repasse, jurídico e de assistência técnica.

Situação

Fundada em 1977, a Tecnisa é uma das maiores empresas do segmento imobiliário do País. Nesses 37 anos, soma 6.800.000 metros quadrados lançados, em 213 lançamentos, 41.724 unidades, 36.549 apartamentos e 227 lotes em regiões como Brasília, Curitiba, Fortaleza, Manaus, Salvador, Santos, São José de Campos e São Paulo.

Há quatro anos, a empresa contava com um sistema de atendimento aos clientes que era restrito e não atendia todas as necessidades dos usuários. "A solução de CRM utilizada anteriormente não era amigável com alguns processos operacionais e, desta forma, nem todos os departamentos utilizavam a ferramenta", afirma Osvaldo Luiz de Aguiar Rodrigues, gerente de tecnologia da informação da Tecnisa.

O fato de nem todos os departamentos utilizarem o produto dava a impressão para o cliente de que haviam várias empresas dentro da própria organização. "Os clientes ficavam confusos e, muitas vezes, tinham de repetir a sua solicitação para várias pessoas dentro da Tecnisa", informa Rodrigues.

Como a empresa atua prioritariamente no nicho residencial, em todas as etapas do projeto, desde a incorporação, a construção até a venda de imóveis, havia uma demanda por uma solução de gerenciamento de relacionamento com os clientes que integrasse as áreas, oferecesse uma visão 360 do cliente e, conseqüentemente, uma melhoria significativa na qualidade e produtividade do atendimento. Por isso, no início de 2013, foi iniciado um novo projeto que fosse referência de mercado e que atendesse aos requisitos demandados pelos departamentos da Tecnisa.

“Temos mais informação e alinhamento entre as áreas. Nós ganhamos muito com isso e os nossos clientes também.”



Solução

O principal objetivo na busca pela nova solução tecnológica era consolidar o uso da ferramenta de modo que uniformizasse, assim, o atendimento ao cliente em uma única base de dados e, o mais importante, que o cliente tivesse percepção desse alinhamento e sinergia entre as áreas da Tecnisa.

No processo de seleção, que durou quase o mesmo período que a implantação do projeto, a Tecnisa elaborou os requisitos funcionais e técnicos e a escolha foi pela solução Microsoft Dynamics CRM Online versão 2013. O objetivo era integrar as áreas de relacionamento com clientes, financeiro, repasse, jurídico e de assistência técnica em uma única central de dados.

O passo seguinte foi a definição do parceiro na implementação da solução. A AlfaPeople foi a consultoria definida, que iniciou o trabalho em agosto de 2013. "O maior desafio era o prazo, já que a empresa tinha apenas quatro meses para a implantação", afirma Egon Coradini, diretor comercial da AlfaPeople.

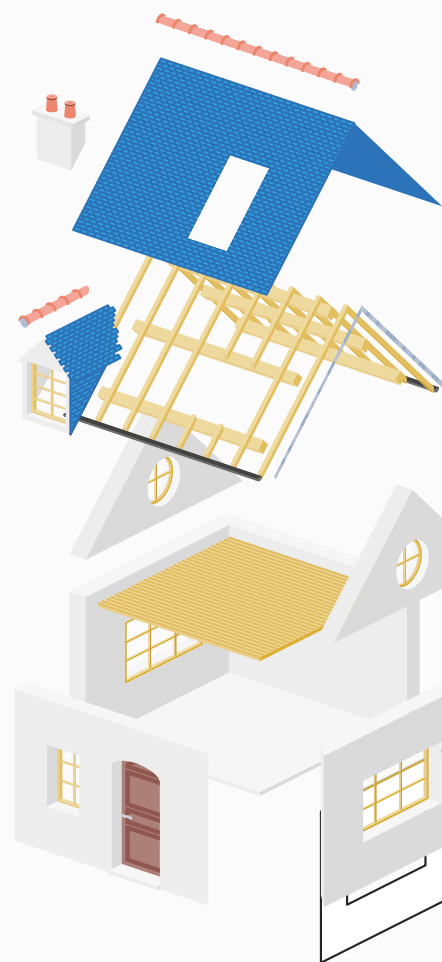
Já para Rodrigues, o maior desafio foi engajar todas as áreas que não utilizavam o sistema anterior. "E convencê-las do quão isso era importante para o sucesso do projeto", afirma o gerente de tecnologia da informação da Tecnisa. Por isso, uma ferramenta robusta e ao mesmo tempo

de fácil aprendizado e utilização eram fatores-chave para este projeto. A primeira fase de implementação encerrou em dezembro de 2013. Em julho de 2014, a Tecnisa concluiu a segunda fase. De acordo com Egon, o Dynamics CRM Online foi eleito pela facilidade na utilização, flexibilidade e por conter um kit funcional completo para as empresas. "O cliente ficou muito satisfeito, pois o produto continha todas as funcionalidades que necessitava, com mais facilidades e utilização por várias áreas", diz o diretor da AlfaPeople.

Benefícios

O Dynamics CRM Online 2013 é utilizado por mais de 200 colaboradores da Tecnisa de 17 áreas diferentes. "O envolvimento dos principais usuários de cada área, o treinamento e o acompanhamento da implantação foram fundamentais para minimizar o impacto da substituição e aceitação do novo sistema", diz Rodrigues. Os benefícios do novo produto da Microsoft, de acordo com Rodrigues, foram criar e manter uma visão única dos clientes, aumento de produtividade, telas mais amigáveis, permitindo um atendimento mais rápido, uniformidade dos processos de atendimentos, maior sinergia entre os departamentos e melhor percepção do cliente em relação à integração das áreas. "A Microsoft foi a melhor qualificada no processo, por opinião dos usuários e da área de TI, em comparação com outras duas empresas globais", explica Rodrigues.

Segundo o executivo da Tecnisa, a área mais beneficiada foi a de atendimento que está ligada diretamente ao relacionamento com o cliente. "Temos mais informação e alinhamento entre as áreas. Nós ganhamos muito com isso e os nossos clientes também", afirma. Para garantir maior sucesso na implantação, a Tecnisa contou também com a colaboração da área de especialistas da Microsoft que, além de participarem das decisões, fizeram um trabalho mais próximo com as áreas envolvidas. Além do Dynamics CRM Online 2013, a Tecnisa possui o Microsoft Office 365, que é utilizado por toda a empresa, e na engenharia, os cronogramas das obras são suportados pelo Microsoft Project 2013.



TEM UMA PERGUNTA?

AlfaPeople

Av. Maria Coelho Aguiar, 215
Jd. São Luiz - São Paulo/SP
CEP: 05805-000 **Brazil**
Phone: +55 (11) 3741-5181
Email: info.br@alfapeople.com