

APOSTILA DE ESTUDO

Relatórios que Geram Resultados

Objetivo do Treinamento

Este treinamento tem como objetivo demonstrar como os relatórios podem auxiliar o Gerente de Relacionamento na identificação de oportunidades, na definição de prioridades e na geração de resultados comerciais.

1. O QUE VOCÊ VAI APRENDER

Ao longo deste treinamento, serão trabalhados quatro pontos principais:

- Utilizar relatórios no dia a dia;
- Identificar oportunidades na carteira;
- Priorizar clientes com maior potencial;
- Transformar dados em ação comercial.

Esses quatro pilares representam o uso estratégico dos relatórios. O objetivo não é apenas consultar informações, mas utilizá-las para apoiar decisões comerciais.

2. O DESAFIO DO GERENTE DE RELACIONAMENTO

O Gerente de Relacionamento administra uma carteira de clientes e diariamente precisa decidir onde concentrar seus esforços.

Na prática, três perguntas precisam ser respondidas constantemente:

Quem devo atender primeiro?

Nem todos os clientes possuem o mesmo potencial ou a mesma necessidade. Por isso, é importante identificar quais clientes merecem atenção prioritária.

Qual cliente possui maior potencial?

A carteira pode conter diversas oportunidades. Os relatórios ajudam a identificar quais clientes possuem maior potencial para desenvolvimento de negócios.

Qual oportunidade tem mais chance de conversão?

Além de identificar oportunidades, é necessário avaliar quais delas apresentam maior possibilidade de sucesso. Isso permite direcionar melhor o tempo e os esforços comerciais.

Os relatórios existem justamente para auxiliar o GR a responder essas perguntas de forma mais assertiva.

3. RELATÓRIO NÃO É CONSULTA. É FERRAMENTA DE VENDA

Este é o principal conceito do treinamento.

Muitas vezes os relatórios são utilizados apenas para visualizar informações. Porém, acessar um relatório sem realizar nenhuma ação prática não gera resultado.

O verdadeiro valor do relatório está na sua utilização como ferramenta comercial.

Por que isso é importante?

Quando utilizados corretamente, os relatórios permitem:

Trabalhar a base certa

Os relatórios ajudam a identificar quais clientes apresentam melhores oportunidades, permitindo que o GR concentre seus esforços onde há maior potencial.

Abordar no momento certo

A informação permite que as ações comerciais sejam realizadas de maneira mais direcionada e oportuna.

Aumentar a conversão

Quanto melhor a seleção dos clientes e das oportunidades, maior a probabilidade de transformar contatos em negócios.

Ganhar produtividade

O GR passa a utilizar seu tempo de maneira mais eficiente, priorizando ações com maior potencial de retorno.

4. POTENCIAL PF E PJ NO GERENCIADOR DE CLIENTES

Entre os relatórios apresentados, destaca-se o relatório de Potencial PF e Potencial PJ.

Esses relatórios podem ser acessados por meio do Gerenciador de Clientes.

Caminho de acesso

- Relatórios;

- Acompanhamento Gerencial;
- Selecionar Agência/Carteira;
- Potencial PF ou Potencial PJ.

O que é o Potencial PF e PJ?

O relatório apresenta informações que auxiliam o gerente na identificação de oportunidades existentes em sua carteira.

Seu objetivo é apoiar a priorização dos clientes, permitindo uma atuação mais direcionada e estratégica.

Atualização do relatório

Conforme apresentado no treinamento, os relatórios de Potencial PF e PJ são atualizados pela Unidade Comercial de Vareja uma vez por mês.

Essa atualização periódica permite que o gerente acompanhe novas oportunidades identificadas na carteira.

5. RELATÓRIO POTENCIAL PF

O treinamento apresenta o Relatório Potencial PF como uma das principais ferramentas para apoio à atuação comercial do Gerente de Relacionamento Pessoa Física.

Ao acessar esse relatório, o gestor pode visualizar informações que auxiliam na análise da carteira e na definição de prioridades de atendimento.

O relatório deve servir como um instrumento para direcionar ações comerciais e apoiar o planejamento da rotina do gerente.

6. OUTROS RELATÓRIOS IMPORTANTES

Além do Potencial PF, o treinamento destaca outros relatórios disponíveis no Gerenciador de Clientes.

São eles:

- Afinidade Clientes Migrados;
- Crédito Consignado CLT;

- Crédito Consignado Estadual – Novo e Refin;
- Crédito Consignado INSS;
- Crédito Consignado Municipal;
- Fidelidade Parcelado.

Cada um desses relatórios contribui para a identificação de oportunidades específicas dentro da carteira de clientes.

O conhecimento dessas ferramentas amplia a capacidade do gerente de localizar oportunidades e atuar de forma mais direcionada.

7. ERROS MAIS COMUNS NO USO DOS RELATÓRIOS

O treinamento destaca comportamentos que reduzem a efetividade da atuação comercial.

Acessar o relatório e não agir

Consultar informações sem realizar contatos, acompanhamentos ou abordagens faz com que as oportunidades sejam desperdiçadas.

Trabalhar sem priorização

Atuar sem critérios claros pode levar à utilização inadequada do tempo e dos recursos disponíveis.

Não acompanhar o retorno

Após realizar uma ação comercial, é importante monitorar os resultados obtidos e avaliar a efetividade da abordagem.

Não utilizar os relatórios na rotina

O uso eventual dos relatórios reduz seu potencial. Eles devem fazer parte do planejamento e da rotina comercial do gerente.

8. MENSAGEM PRINCIPAL DO TREINAMENTO

A principal conclusão do treinamento está resumida na frase:

"Relatório bom é relatório que vira resultado."

Os relatórios fornecem informações importantes, mas os resultados somente acontecem quando essas informações são transformadas em ações.

O Gerente de Relacionamento já possui oportunidades em sua carteira. O diferencial está em utilizar os relatórios para identificá-las, priorizá-las e transformá-las em negócios.

RESUMO PARA REVISÃO

- ✓ Os relatórios ajudam a identificar oportunidades na carteira.
- ✓ O GR deve utilizá-los para priorizar clientes e organizar sua atuação comercial.
- ✓ Relatório não é apenas consulta, é uma ferramenta de geração de negócios.
- ✓ O Potencial PF e PJ auxiliam na identificação de clientes com oportunidades na carteira.
- ✓ Existem outros relatórios importantes que também apoiam a atuação comercial.
- ✓ O maior erro é acessar as informações e não realizar ações comerciais.
- ✓ O objetivo final é transformar informação em resultado.