

**UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA “JÚLIO DE MESQUITA
FILHO”**
CÂMPUS DE BAURU - FACULDADE DE CIÊNCIAS
Curso de Bacharelado em Sistemas de Informação

Jéssica Balbino Duarte Roberto

**IMPLANTAÇÃO DE CRM POR MEIO DA CUSTOMIZAÇÃO DO
SALESFORCE EM IMOBILIÁRIAS**

**UNESP
2022**

**UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA “JÚLIO DE MESQUITA
FILHO”**
CÂMPUS DE BAURU - FACULDADE DE CIÊNCIAS
Curso de Bacharelado em Sistemas de Informação

JÉSSICA BALBINO DUARTE ROBERTO

**IMPLANTAÇÃO DE CRM POR MEIO DA CUSTOMIZAÇÃO DO
SALESFORCE EM IMOBILIÁRIAS**

UNESP
2022

R642i Roberto, Jéssica Balbino Duarte
Implantação de CRM por meio da customização do Salesforce em
imobiliárias / Jéssica Balbino Duarte Roberto. -- Bauru, 2022
41 f. : il.

Trabalho de conclusão de curso (Bacharelado - Sistemas de
Informação) - Universidade Estadual Paulista (Unesp), Faculdade de
Ciências, Bauru
Orientador: José Remo Ferreira Brega

1. CRM. 2. Gestão de relacionamento com o cliente. 3. Salesforce.
I. Título.

Sistema de geração automática de fichas catalográficas da Unesp. Biblioteca da Faculdade de
Ciências, Bauru. Dados fornecidos pelo autor(a).

Essa ficha não pode ser modificada.

JÉSSICA BALBINO DUARTE ROBERTO
IMPLANTAÇÃO DE CRM POR MEIO DA CUSTOMIZAÇÃO DO SALESFORCE EM
IMOBILIÁRIAS

Aprovação: 30/01/2023

Trabalho de conclusão de curso apresentado como requisito parcial para obtenção do título de
Bacharel em Sistemas de Informação
Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho"

Prof. Dr. José Remo Ferreira Brega
Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho"

Prof. Me. Julio Cesar Melo
Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho"

Prof(a). Dr(a) Marcia Aparecida Zanolli Meira e Silva
Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho"

AGRADECIMENTOS

Após 4 anos de caminhada é difícil agradecer a todos que fizeram parte dessa trajetória, que, de certa forma, fizeram parte da profissional que me tornei hoje. Diversas amizades, colegas e professores, em especial, meu orientador Professor Remo que prestou todo o apoio e direcionamento para que este trabalho fosse executado e a Professora Márcia sempre presente na vida de seus alunos e que me apoiou ativamente para que abraçasse a oportunidade dos sonhos de trabalhar em uma multinacional gigante e pioneira em tecnologia.

A minha família que sempre esteve ao meu lado me prestigiando, em especial meus pais Evaldo e Cristina que proporcionou a base para que eu pudesse ter uma formação e seguir meus ideais e, também, meu companheiro que sempre me incentivou em toda essa caminhada.

RESUMO

Atualmente, o maior desafio das empresas está em conservar um relacionamento fiel e duradouro com seus clientes. No que compete a este fator, as companhias despendem tempo e recursos no desenvolvimento de soluções, sobretudo, softwares de gerenciamento, como forma de melhorar a organização de suas metodologias, bem como, auxiliar nos processos diários de sua força de trabalho. Para que este desafio não seja suplantado, e ao mesmo tempo, produza vantagens competitivas, tal solução deve ser a mais específica possível, apoiando ao máximo as tarefas diárias inerentes aos procedimentos propostos. Neste trabalho foi alvitrado o estudo de customização de software *Customer Relationship Management – Salesforce* -, para o segmento imobiliário, com o objetivo de potencializar a jornada de comercialização. A customização do software visou atender as demandas técnicas deste nicho de mercado. De modo geral, o usuário utiliza-se de dados que não se encontram centralizados em um único sistema, e, cujo processamento de informações se dá manualmente. A solução proposta baseia-se em concentrar os dados, e, processá-los em contexto informatizado. Para tanto, utiliza-se da plataforma *Salesforce*, que possibilita confecção digital em base *LOW CODE* – “arrastar e soltar” – com visualização gráfica mais moderna e amigável ao usuário. A ideia pautou-se em cadastrar os imóveis – objetos negociáveis -, controlar as comercializações, aqui especificadas como *oportunidades*, e gerenciar os fluxos de visitação e compromissos dos corretores. Assim, conjectura-se que toda gama de trabalho dos profissionais seja facilitada, fortalecendo, por consequência, o desempenho de negociações para a empresa. Após fase de teste em nível técnico computacional, obteve-se uma solução funcional, em formato *WEB*, cujo sistema encontra-se *on-line* e ativo. No entanto, neste momento, espera-se oportunidade de parceria com uma organização imobiliária para a implementação à empresa, e, neste contexto, avaliar se a solução promoverá melhores resultados ao desempenho da companhia, uma vez que seja resolvida etapa de instalação da solução.

Palavras-chave: CRM, Gestão do relacionamento com o cliente, *Salesforce*

ABSTRACT

Currently, the biggest challenge for companies is to maintain a faithful and lasting relationship with their customers. About this factor, companies spend time and resources on developing solutions, especially management software, to improve the organization of their methodologies, as well as assist in the daily processes of their workforce. So that this challenge does not become an obstacle, at the same time, in which it is possible to produce advantages in terms of competitiveness, such a solution must be as specific as possible, supplementing as much as possible the daily tasks inherent to the proposed procedures. In this work, the study of customization of Customer Relationship Management software - *Salesforce* -, for the real estate segment, with the objective of enhancing the commercialization journey was proposed. The customization of the software aimed to meet the technical demands of this market niche. In general, the user uses data that are not centralized in a single system, and whose information is processed manually. The proposed solution is based on concentrating the data and processing them in a computerized context. Therefore, it uses the *Salesforce* platform, which enables digital production based on LOW CODE – “drag and drop” – with a more modern and user-friendly graphic visualization. The idea was based on registering properties – negotiable objects - controlling sales, specified here as opportunities, and managing visitation flows and brokers' appointments. Thus, it is conjectured that the entire range of work of professionals is facilitated, thus strengthening the performance of negotiations for the company. After a test phase at a computational technical level, a functional solution was obtained, in WEB format, whose system is online and active. However, at this time, an opportunity to partner with a real estate organization is expected to implement the company, and, in this context, assess whether the solution will promote better results for the company's performance, once the installation stage of the solution is resolved.

Keywords: *CRM*, Customer Relationship Management, *Salesforce*.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Arquitetura Salesforce	14
Figura 2: Mapa de dados e campos disponibilizados ao usuário e seu tipo de informação	23
Figura 3: Casos de uso do Corretor e Gerente.	24
Figura 4: Diagrama do processo comercial.....	25
Figura 5: Fluxo de agendamento de visitas.....	26
Figura 6: Processo de Aprovação.....	27
Figura 7: Tela de Cadastro de Imóveis.	28
Figura 8: Tela de Visualização do Registro de Imóvel.....	29
Figura 9: Tela 1 - Fluxo agendamento de visitas.	30
Figura 10: Tela 2 - Fluxo agendamento de visitas.	30
Figura 11: Tela 3 - Fluxo agendamento de visitas.	31
Figura 12: Tela 4 - Fluxo agendamento de visitas.	31
Figura 13: Tela de Cadastro de Clientes.	32
Figura 14: Tela de Cadastro de Oportunidades.....	33
Figura 15: Tela de Registro de Oportunidade.....	34
Figura 16: Tela de Envio para Aprovação	35
Figura 17: Tela de Solicitação de Aprovação	35

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Funcionalidades Salesforce.	15
Tabela 2: Objetos configurados Salesforce	18
Tabela 3: Descrições técnicas dos campos do objeto "Imóveis".	20
Tabela 4: Descrições técnicas dos campos do objeto "Oportunidades".	21
Tabela 5: Descrições técnicas dos campos do objeto "Contatos".	22

LISTA DE SIGLAS

API – Application Programing Interface

B2C – Business to Customer

CRM – Customer Relationship Management

UML -Unified Modeling Language.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	10
1.1	Definição do Problema	11
1.2	Solução.....	11
2	OBJETIVOS GERAIS	13
2.1	Objetivos Específicos	13
3	SALESFORCE (SALESFORCE, INC)	14
3.1	Ambiente de Desenvolvimento.....	15
3.2	Objetos e Campos	16
3.3	Automações (Fluxo e Processo de Aprovação)	17
4	METODOLOGIA	18
4.1	Criação e Configuração de Objetos	18
4.2	Criação e Configuração de Campos.....	19
4.3	Mapa de Dados e Relacionamento.....	22
4.4	Casos de Uso e Diagrama de Processos.....	23
4.5	Criação de Fluxo e Processo de Aprovação.....	25
5	RESULTADOS	28
5.1	Cadastro de Imóveis e Agendamento de Visitas	28
5.2	Cadastro de Contatos	32
5.3	Cadastro de Oportunidades e Aprovação.....	33
6	HOMOLOGAÇÃO E TESTES	37
7	CONCLUSÕES.....	38
8	TRABALHOS FUTUROS.....	39
	REFERÊNCIAS	40

1 INTRODUÇÃO

O relacionamento com o cliente se tornou um dos fatores preponderantes, quanto da medida de sucesso de uma empresa, não sendo diferente no universo das imobiliárias. Uma vez, compreendido como divisor de águas em um cenário tão competitivo, soluções que visem aprimorar a afinidade empresa-cliente - *B2C* -, também, na mesma intensidade, passaram a ser objeto de investimento às companhias (ALBERTINO, 2019; CALLEGARI; KOVALESKI; SCANDELARI, 2008).

Independentemente do segmento de atuação é fundamental possuir uma estratégia personalizada para que se destaque no mercado e obtenha melhores resultados. Por isso, uma das estratégias mais utilizadas, atualmente, pelos gestores e equipes de vendas é a solução *CRM - Customer Relationship Management (Gestão do Relacionamento com o Cliente)* (CALLEGARI; KOVALESKI; SCANDELARI, 2008), que consiste em colocar o cliente como principal ator da negociação, fomentando a construção do relacionamento ao longo de todas as etapas do processo comercial (GODINHO, 2014).

Em Telles (2003), o autor explica a ideia de *CRM*, com base em que *A Gerência do Relacionamento com o Cliente*, pode ser definida como a administração da interação com os clientes focalizada na geração, no desenvolvimento e otimização das relações individualizadas (TELLES, 2003, p. 164).

No trabalho de Vico (2021), o termo *CRM* foi definido como um conjunto de estratégias, práticas e tecnologias focadas no relacionamento com o cliente. As soluções *CRM* vão além de um software ou uma plataforma. Estas práticas apontam ao aumento nas vendas, na personalização de campanhas, otimização de rentabilidade, antecipação de desejos e necessidades de clientes e profissionais, além do gerenciamento e análise das interações com as partes do processo de negociação, em pequenas, médias ou grandes empresas (MIGUEL, 2022; VICO2021).

Em suma, *CRM* pode ser definido operacionalmente como a prática de identificar, atrair e reter clientes, objetivando a maximização de lucro organizacional (SILVA; GALEGALE, 2020; TELLES, 2003).

1.1 Definição do Problema

Uma boa gestão das informações dos clientes de uma imobiliária é essencial para que haja um relacionamento satisfatório entre as partes, além de promover aumento de eficiência no trabalho de um corretor (CASTRO; LESO; CORTIMIGLIA, 2020). Desse modo, soluções que otimizem essa relação promoverão melhores resultados capitais as empresas (CASTRO; LESO; CORTIMIGLIA, 2020).

Outro fator limitante ao desempenho da organização, está na falta de gerenciamento quanto aos dados dos clientes e objetos negociáveis. É comum que haja informações desatualizadas ou até mesmo duplicadas dos parâmetros de trabalho, devido a utilização de recursos manuais, ou sistemas diversos de controle para cada natureza de dado (OLIVEIRA, 2021).

Com base nesse contexto, a centralização dos dados em um único sistema, em que, se possa gerenciar adequadamente as informações, levaria ao ganho de tempo dos profissionais, melhoria nos resultados de negociação e, conseqüentemente, melhoria na lucratividade da empresa (GUERRA, 2021; OLIVEIRA, 2021).

1.2 Solução

Com base na problemática apontada, percebe-se que dados essenciais para a negociação, muitas vezes, encontram-se desconectados, nos registros da empresa. Como um exemplo absolutamente factível, o simples fato de se organizar um catálogo de imóveis com correlação aos clientes, em uma única plataforma, facilmente acessível, otimizaria o tempo do profissional em dar início ao processo de comercialização. Obviamente, a perda de tempo do corretor em obter esses dados, se desorganizados, levaria o cliente a desistência do processo, buscando, talvez a concorrência.

Softwares *CRM*, possuem a capacidade de realizar este tipo de organização, e, portanto, tornam-se adequados para a otimização dos processos comerciais em uma imobiliária. A empresa *SALESFORCE* (SALESFORCE, INC.) possui ferramenta dessa natureza, e, o presente trabalho otimiza tal solução para o objetivo citado.

A organização das informações necessárias ao processo comercial de imóveis foi realizada de modo objetivo com a ferramenta *Salesforce*, incluindo, um controle diário aos corretores, que facilitaria a observação às oportunidades de negócio, otimizando assim a lucratividade da empresa.

O propósito da *Salesforce* é trazer automações de processos de negócios de forma simplificada para que as equipes de trabalho sejam mais eficientes e produtivas, evitando o esforço em tempo para administração e depositando força de trabalho em tempo para fechamento de negócios.

Dentre a gama de produtos oferecidos pela empresa, destaca-se o *Sales Cloud* (SALESFORCE, INC.), que propicia ênfase em gerenciamento de negócios, projetado para ajudar seus colaboradores a vender de maneira mais inteligente e rápida, centralizando as informações do cliente, registrando suas interações e automatizando muitas das tarefas que são realizadas todos os dias. Para aqueles que possuem um papel de liderança na organização, por exemplo os gerentes de vendas, o Sales Cloud oferece visibilidade das atividades de suas equipes.

Além disso, a automatização das tarefas e dos processos de negócios proporciona agilidade nas atividades e o aumento da produtividade. Vale destacar que a ferramenta é fácil de usar e personalizável de acordo com os processos de negócios estabelecidos.

Com base nestas informações, este trabalho visa propor um sistema customizado para melhorar a gestão de empresas do segmento imobiliário, elevando o nível de satisfação dos clientes e, conseqüentemente, aumentando o desempenho da empresa.

2 OBJETIVOS GERAIS

Customizar o software de *CRM Salesforce* para o segmento imobiliário com foco na jornada de comercialização do cliente.

2.1 Objetivos Específicos

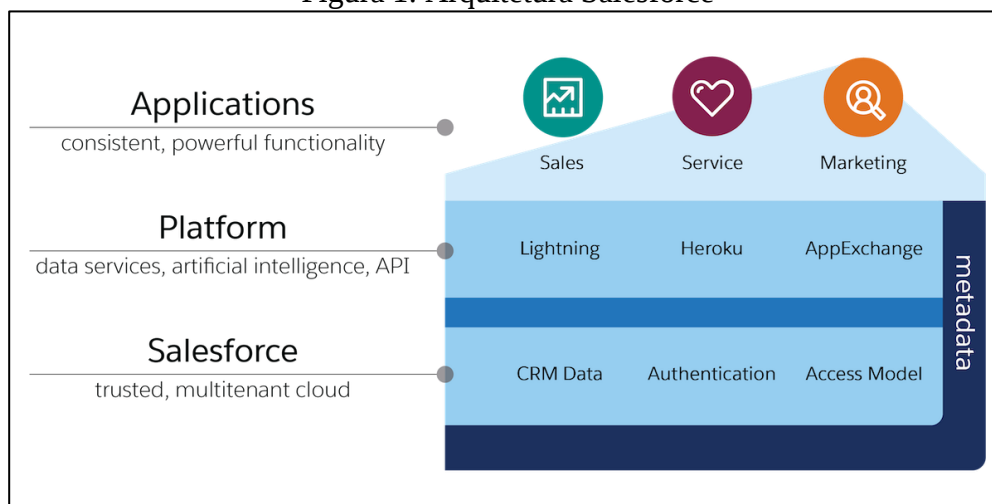
1. Criar um objeto para cadastro de Imóveis;
2. Criar um processo de aprovação de negociações;
3. Desenvolver o projeto em ambiente de desenvolvimento;
4. Realizar testes com dados fictícios;
5. Centralizar dados em uma única plataforma.

3 SALESFORCE (SALESFORCE, INC)

A *Salesforce* (SALESFORCE, INC.) é uma empresa que cria software baseado em nuvem projetado para ajudar as companhias a encontrar mais clientes em potencial focado na solução de gerenciamento de relacionamento para aproximar empresas e pessoas. O software *Salesforce* é uma plataforma de CRM integrada que oferece a todos os departamentos uma visão única e compartilhada de cada cliente.

A *Salesforce* oferece uma experiência altamente personalizada aos clientes, funcionários e parceiros de uma organização. Essa plataforma é usada para personalizar a funcionalidade padrão e criar páginas personalizadas, componentes, aplicativos etc. Também é feito mais rápido, principalmente devido à excelente arquitetura na qual é construída. A Figura 1 contém uma breve introdução à Arquitetura *Salesforce*.

Figura 1: Arquitetura Salesforce



Fonte: SALESFORCE, INC.

Como mostrado na Figura 1, a *Salesforce* é uma empresa de nuvem, portando tudo o que é oferecido está na nuvem de multilocatários (compartilhamento recursos). *Salesforce Platform* é a base dos serviços, funciona com metadados e é feita de partes diferentes, como serviços de dados, inteligência artificial e APIs sólidas para desenvolvimento e todos os aplicativos se baseiam na plataforma. Dentre os produtos disponíveis da *Salesforce*, este trabalho utilizou o *Sales Cloud* (SALESFORCE, INC.) cujos recursos e funcionalidades estão listadas na Tabela 1.

Tabela 1: Funcionalidades Salesforce.

Funcionalidades Salesforce		
Funcionalidades	Recursos	Objetivo
Gerenciamento de contatos	Histórico de atividades	Fornecer visão completa dos clientes.
Gerenciamento de oportunidades	Fase (status) Comunicação com cliente	Fornecer acesso a todos os detalhes da negociação
Fluxo de trabalho	Automação de processos de negócios Alertas de e-mail Atribuição de tarefas Criação e atualização de registros	Fornecer ferramenta para criação de automações de maneira simples e prática
Processo de aprovação	Aprovação de oportunidades	Fornecer simplicidade nos processos de aprovação com a intenção de manter os negócios em andamento.

Fonte: Elaborado pelo autor com base em (SALESFORCE, INC.).

A Tabela 1 apresenta de forma detalhada cada uma das funcionalidades presentes neste trabalho. A primeira coluna é composta pelas funcionalidades e seus respectivos nomes, “*Gerenciamento de contatos*”, “*Gerenciamento de oportunidades*”, “*Fluxo de trabalho*” e “*Processo de aprovação*”. Subsequente, na segunda coluna, é descrito os recursos disponíveis presentes para ambas as funcionalidades respectivamente, “*Histórico de atividades*”, “*Fase (status)*”, “*Comunicação com cliente*”, “*Automação de processos de negócios*”, “*Alertas de e-mail*”, “*Atribuição de tarefas*”, “*Criação e atualização de registros*” e “*Aprovação de oportunidades*”. Como forma de apresentar os objetivos alcançados com a utilização dessas funcionalidades e recursos mencionados, a terceira coluna apresenta este de maneira detalhada.

3.1 Ambiente de Desenvolvimento

A *Salesforce* disponibiliza as chamadas Sandboxes (SALESFORCE, INC.) para que os desenvolvedores possam personalizar o sistema em um ambiente seguro. Este recurso possibilita isolar a personalização e desenvolvimento do ambiente produtivo até que determinada funcionalidade esteja pronta para ser implantada. Toda a configuração realizada neste trabalho foi consolidada em ambiente Developer Sandbox.

Sandbox é uma cópia do ambiente de produção separado para ser usado para diversas finalidades, por exemplo instalação de novos recursos, testes e treinamento. Esta é totalmente isolada do ambiente de produção, ou seja, as ações / configurações realizadas não afetam o ambiente produtivo. Este recurso da *Salesforce* permite criar diferentes tipos de ambientes Sandbox para sua organização de acordo com a necessidade, seja armazenamento, configuração ou atualização.

3.2 Objetos e Campos

Os objetos no *Salesforce* são tabelas de banco de dados (SALESFORCE, INC.) que permitem armazenar dados específicos de uma organização. Estes podem ser classificados de duas formas:

- a) Objetos padrão: são aqueles objetos fornecidos pela *Salesforce*, ou seja, já são incluídos pois tratam de objetos comerciais comuns .com, como Conta, Contato, Oportunidades etc. (SALESFORCE, INC.).
- b) Objetos personalizados: São aqueles objetos criados para armazenar dados ou informações específicas do negócio ou indústria (SALESFORCE, INC.). Neste estudo foi criado o objeto Imóvel para armazenar as informações dos imóveis disponíveis na Imobiliária.

Os campos são formas de capturar dados do usuário para o sistema. Para isso a *Salesforce* também provê um conjunto já pré-definido para cada objeto, mas, possibilita recursos para criação de novos campos. (SALESFORCE, INC.)

- a) Campos padrão: Não podem ser excluídos, mas podem adotar a segurança em nível de campo para ocultá-los ou removê-los dos layouts da página, se não forem necessários (SALESFORCE, INC.).
- b) Campos personalizados: Os campos personalizados são novos campos criados em qualquer objeto padrão ou personalizado para capturar informações adicionais necessárias para a empresa. (SALESFORCE, INC.)

3.3 Automações (Fluxo e Processo de Aprovação)

Fluxo no Salesforce é uma ferramenta que permite automações de processos que coleta dados e executa ações. A plataforma dispõe de dois tipos de fluxo: fluxos de tela e fluxos iniciados automaticamente. Neste estudo foi automatizado o processo para agendamento de visitas.

Outra automação utilizada neste trabalho é o *Processo de Aprovação*. Um processo de aprovação automatiza a forma como os registros são aprovados no *Salesforce*, especificando cada etapa de aprovação, inclusive a quem solicitar a aprovação e o que fazer em cada ponto do processo.

4 METODOLOGIA

O projeto de estudo apresenta uma aplicação dividida em duas personas (corretor de imóveis e gerente de vendas), ambas são usuários internos e possuem acesso ao software como aplicação web sem a necessidade de instalação desktop.

O corretor de imóveis é o responsável pela inserção de dados na plataforma portanto ele tem acesso as funcionalidades de cadastro e edição de registro de imóveis, criação e edição de registro de oportunidades e criação e edição de contatos (clientes). Dentre as funcionalidades disponíveis o corretor pode enviar registros de oportunidades para aprovação de seu gerente, realizar vínculos de e-mails, criar e editar tarefas e, também, criar relatórios e painéis.

O gerente de vendas apesar de obter um papel mais de liderança, também, realiza cadastro de imóveis para que o corretor de imóveis possa trabalhar em alguma negociação. Responsável pelas análises de aprovações das oportunidades podendo aprovar ou recusar. Tem acesso para visualizar todos os registros de contatos e oportunidades, incluindo histórico de visitas de determinado imóvel.

4.1 Criação e Configuração de Objetos

A descrição dos objetos utilizados e criados no presente trabalho, bem como informações técnicas úteis, encontram-se disponibilizadas na Tabela 2.

Tabela 2: Objetos configurados Salesforce

Objetos	Tipo	Objetivo	API Name
Contatos	Padrão	Armazenar as informações de clientes	Contact
Oportunidades	Padrão	Armazenar as informações de negociações	Opportunity
Imóveis	Personalizado	Armazenar informações dos imóveis cadastrados	Imovel__c

Fonte: Elaborado pelo autor com base em SALESFORCE, INC.

A primeira coluna aponta aos objetos utilizados, “Contatos”, “Oportunidades” e “Imóveis”. Cada objeto possui um tipo indicado na segunda coluna. Essa coluna demonstra a natureza de cada objeto. Os objetos “contatos” e “oportunidades”, não possuem personalizações técnicas, em sua

criação, sendo apreciadas como *standard* da própria plataforma. O objeto “imóveis”, no entanto, foi criado como padronização à solução em específico, sendo, portanto, uma customização desse trabalho.

A coluna 3, indica o objetivo do uso dos objetos, demonstrando o motivo pela utilização de cada um. Por fim, cada objeto necessita de uma identificação para a lógica de funcionamento do software, essa nomenclatura está descrita na quarta coluna – *API NAME* (SALESFORCE, INC.)

4.2 Criação e Configuração de Campos

As Tabelas 3, 4 e 5 possuem as descrições, de modo padrão, quanto do *nome do campo*, na primeira coluna, para cada objeto. A natureza *padrão* ou *personalizada* de cada campo, conforme objeto, encontra-se nas colunas dois das respectivas tabelas.

A terceira coluna aponta aos *nomes de APIs* de cada campo, seguidos, na quarta coluna, pelos *tipos de dados* que cada campo manipula e por fim, na quinta coluna, a máscara padronizada, quando necessário, aos campos do objeto “Imóveis” na tabela 3, “Oportunidades” na tabela 4 e “Contatos” na tabela 5.

Tabela 3: Descrições técnicas dos campos do objeto "Imóveis".

Nome do campo	Tipo	API Name	Tipo de Dado	Formato
Código do Imóvel	Padrão	Name	Numeração automática	IMO-{XXXX}
Tipo do Imóvel	Personalizado	TipoImovel__c	Lista de Opções	Valores: Casa, Apartamento
Finalidade do Imóvel	Personalizado	FinalizadadeImovel__c	Lista de Opções	Valores: Residencial, Comercial
Visita Agendada	Personalizado	VisitaAgendada__c	Data e hora	
Valor do Imóvel	Personalizado	ValorImovel__c	Moeda (16,2)	
Tipos Comerciais	Personalizado	TiposComerciais__c	Lista de Opções	Valores: Lojas de autopeças, Farmácia, Igreja, Oficina Mecânica, Galpão, Fábrica
Sala	Personalizado	Sala__c	Número	-
Quartos	Personalizado	Quartos__c	Número	-
Cozinha	Personalizado	Cozinha__c	Número	-
Garagem	Personalizado	Garagem__c	Número	-
Banheiro	Personalizado	Banheiro__c	Número	-
Suíte	Personalizado	Suíte__c	Número	-
Copa	Personalizado	Copa__c	Número	-
Proprietário	Padrão	OwnerId	Pesquisa (Usuário, Grupo)	-
Criado por	Padrão	CreatedById	Pesquisa (Usuário)	-
Última modificação feita por	Padrão	LastModifiedById	Pesquisa (Usuário)	-

Fonte: Elaborado pelo autor com base em SALESFORCE,INC.

Tabela 4: Descrições técnicas dos campos do objeto "Oportunidades".

Nome do campo	Tipo	API Name	Tipo de Dado	Formato
Nome da Oportunidade	Padrão	Name	Texto(120)	
Imóvel	Personalizado	Imovel__c	Pesquisa (Imóvel)	
Tipo	Padrão	Type	Lista de opções	Valores: Cliente Existente, Novo Cliente
Data de Fechamento	Padrão	CloseDate	Data	
Fase	Padrão	StageName	Lista de opções	Valores: Qualificação, Negociação/Revisão, Encerrado
Cliente	Padrão	Cliente__c	Pesquisa (Contato)	
Valor da Oportunidade	Padrão	ValorOportunidade__c	Fórmula (Moeda)	Fórmula: Imovel__r.ValorImovel__c
Tipo de Negociação	Personalizado	TipoNegociacao__c	Lista de opções	Valores: Aluguel, Venda
Comissão	Personalizado	Comissao__c	Fórmula (Moeda)	Fórmula: Opportunity.ValorImovel__c *0.1
Proprietário da Oportunidade	Padrão	OwnerId	Pesquisa (Usuário)	

Fonte: Elaborado pelo autor com base em (SALESFORCE, INC.).

Tabela 5: Descrições técnicas dos campos do objeto "Contatos".

Nome do campo	Tipo	API Name	Tipo de Dado
Nome Completo	Padrão	Name	Texto
Proprietário do Contato	Padrão	OwnerId	Pesquisa(Usuário)
Data de Nascimento	Padrão	Birthdate	Data
Endereço de Correspondência	Padrão	MailingAddress	Endereço
Outro Endereço	Padrão	OtherAddress	Endereço
Telefone	Padrão	Phone	Telefone
Telefone Residencial	Padrão	HomePhone	Telefone
Celular	Padrão	MobilePhone	Telefone
Outro Telefone	Padrão	OtherPhone	Telefone
Fax	Padrão	Fax	Fax
Email	Padrão	Email	Email
Criado por	Padrão	CreatedById	Pesquisa(Usuário)
Última modificação feita por	Padrão	LastModifiedById	Pesquisa(Usuário)

Fonte: Elaborado pelo autor com base em (SALESFORCE, INC.).

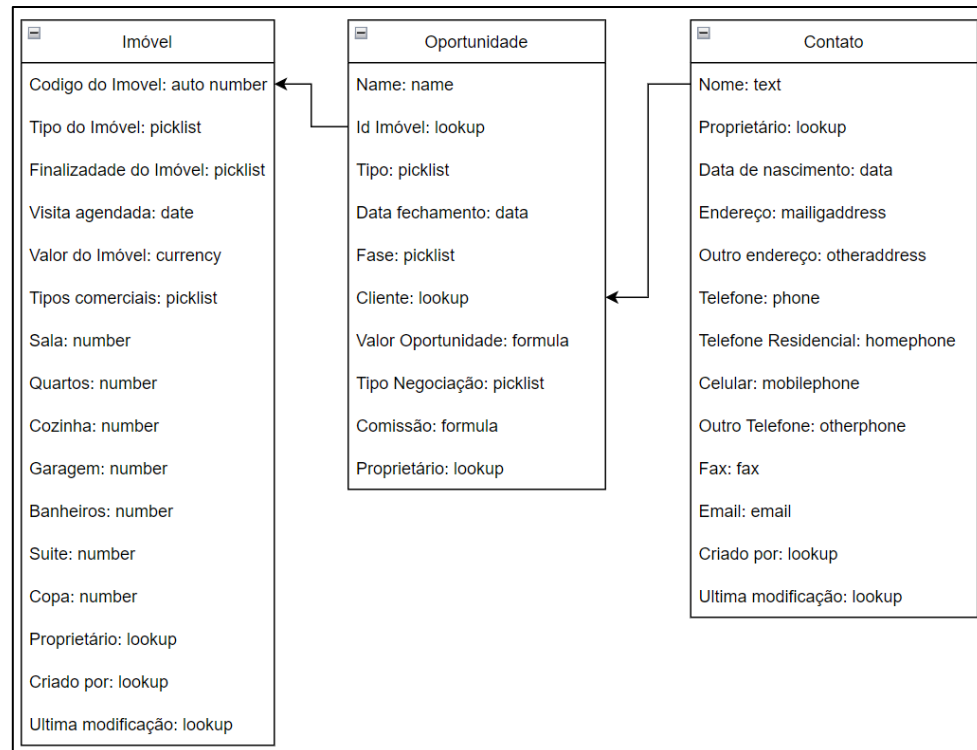
As Tabelas 3, 4, 5 mostram os campos utilizados neste estudo que o usuário utiliza para inserir dados dentro do sistema.

4.3 Mapa de Dados e Relacionamento

O objeto “Imóveis” se relaciona com “Oportunidades”, que por sua vez, se relaciona com “Contatos”. Neste caso, não temos um relacionamento entre Imóvel e Contato justamente porque quem intermedia esta interação é uma negociação, ou seja, uma oportunidade.

Para o mapa de dados, observado na Figura 2, é apresentado o relacionamento entre os objetos e os campos utilizados na página de registro, sendo classificados pelo seu tipo de dado.

Figura 2: Mapa de dados e campos disponibilizados ao usuário e seu tipo de informação



Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

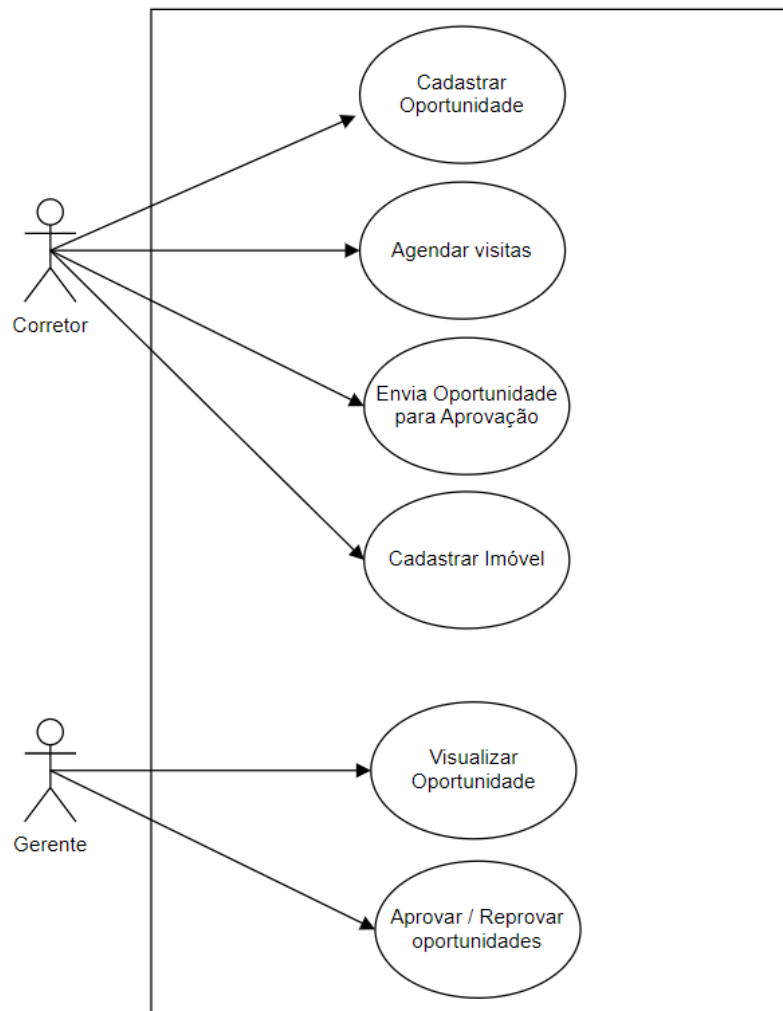
4.4 Casos de Uso e Diagrama de Processos

Os casos de uso apresentados demonstram as ações que cada usuário pode realizar dentro do software. Os usuários definidos para este projeto são:

- a) Gerente: responsável pelas aprovações.
- b) Corretor: responsável por inserir dados e registros.

A representatividade das ações desenvolvidas pelos usuários está demonstrada na Figura 3.

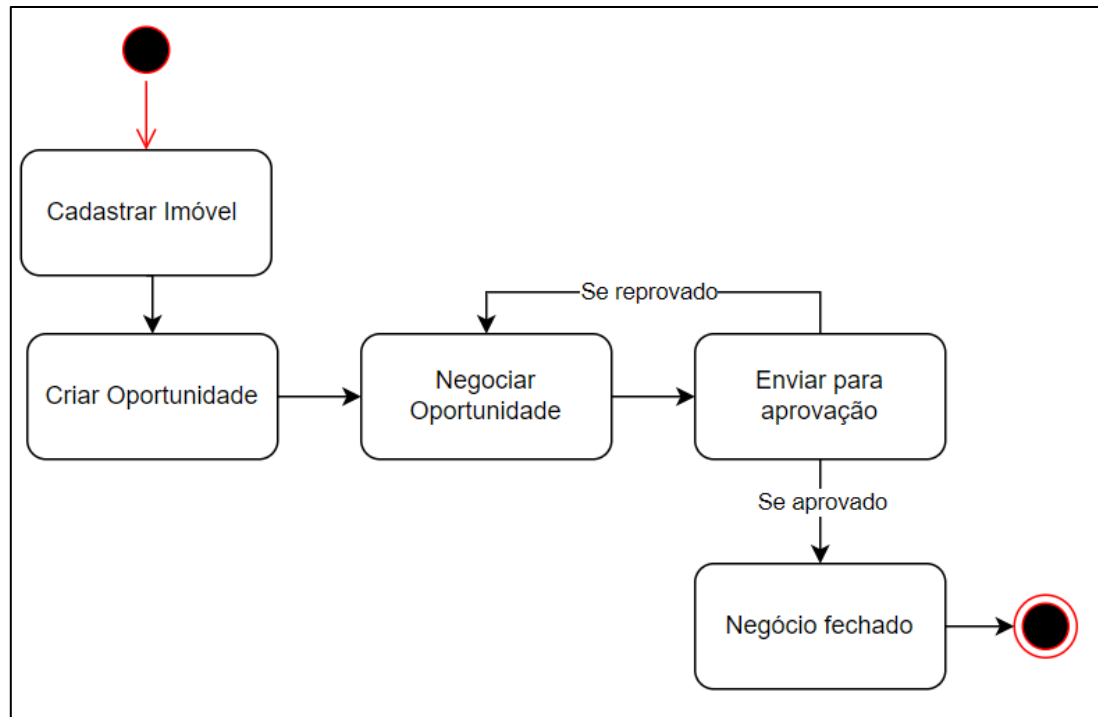
Figura 3: Casos de uso do Corretor e Gerente.



Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

O Diagrama de processos consiste em uma ferramenta para visualizar e simplificar diversos tipos de processos dentro de uma organização. Neste intuito, apresenta-se o diagrama de processos em alto nível. O processo comercial apresentado na Figura 4 consiste na jornada que o usuário seguirá na plataforma.

Figura 4: Diagrama do processo comercial.



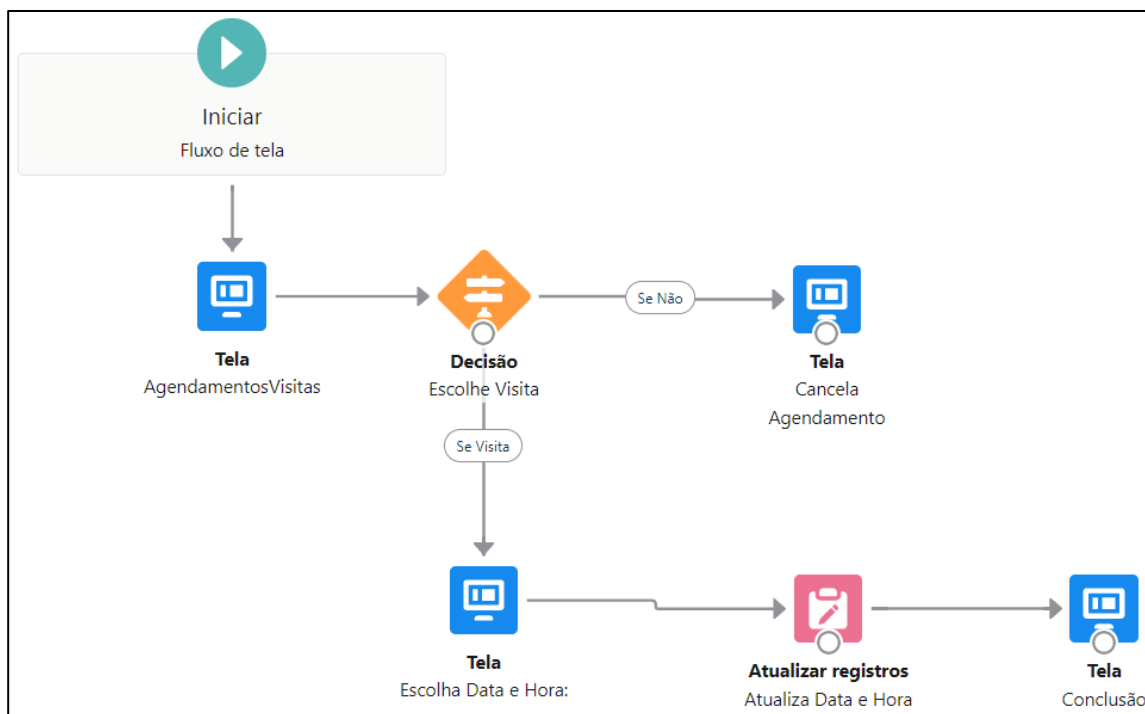
Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

As respectivas ações que o sistema dispõe para o usuário, disposto na Figura4, consiste no “Cadastro do Imóvel” que, posteriormente, será negociado e, com isso, cria-se uma “Oportunidade”. Esta, por sua vez, é negociada e submetida para uma “Aprovação” do Gerente, este, sendo capaz de aprovar ou reprová-lo. E, finalmente concluir o negócio.

4.5 Criação de Fluxo e Processo de Aprovação

Neste trabalho foi automatizado o processo para agendamento de visitas e, para isso, foi utilizado o fluxo de tela, como exibido na Figura 5.

Figura 5: Fluxo de agendamento de visitas.

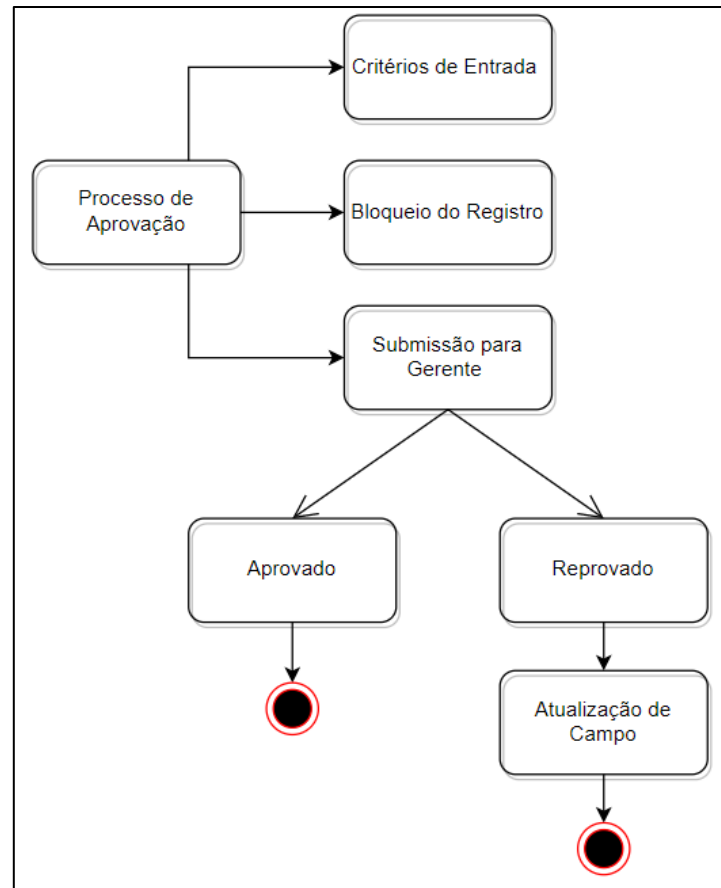


Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

A Figura 5 apresenta o fluxo desenhado no sistema com seus respectivos elementos, sendo, telas, decisões e atualizações de registro. Este fluxo percorre seu caminho conforme dados inseridos pelo usuário nas telas a ele apresentada.

Outra automação utilizada neste trabalho é o *Processo de Aprovação*, que visa automatiza o modo que as negociações não aprovadas como consta na Figura 6.

Figura 6: Processo de Aprovação.



Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

A Figura 6 mostra a forma com que o “*Processo de Aprovação*” acontece com três passos simplificados, são eles, critérios de entrada, bloqueio do registro e submissão para o Gerente.

5 RESULTADOS

Apresentam-se aqui as conclusões alcançadas com as customizações realizadas neste trabalho, e com isso, toda a jornada em que o usuário segue para realização de suas tarefas.

5.1 Cadastro de Imóveis e Agendamento de Visitas

Para a realização do cadastro do Imóvel, o usuário deve preencher o formulário com todas as respectivas características. Sendo obrigatório o preenchimento de campos que apresentam o símbolo(*) ao lado esquerdo do nome do campo. A Figura 7 dispõe a tela em que é criado um Imóvel.

Figura 7: Tela de Cadastro de Imóveis.

The form is titled "Cadastro de Imóveis" and is divided into two main sections: "Informações Gerais" and "Informações do Imóvel".

Informações Gerais

- Código do Imóvel**: Text input field.
- Visita Agendada**: Section with two sub-fields: "Date" and "Time".
- *Tipo do Imóvel**: Dropdown menu with "Nenhum" selected.
- *Finalidade do Imóvel**: Dropdown menu with "--None--" selected.
- Valor do Imóvel**: Text input field.
- Tipos Comerciais**: Dropdown menu with "--None--" selected.
- Below each dropdown menu is a link: "View all dependencies".

Informações do Imóvel

- Sala**: Text input field.
- Quartos**: Text input field.
- Cozinha**: Text input field.
- Garagem**: Text input field.
- Banheiro**: Text input field.
- Suíte**: Text input field.
- Copa**: Text input field.

System Information

Buttons: Cancel, Save & New, Save.

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

Após o cadastramento do imóvel, o usuário passa a ter uma visão do registro com informações específicas como apresenta a Figura 8.

Figura 8: Tela de Visualização do Registro de Imóvel.

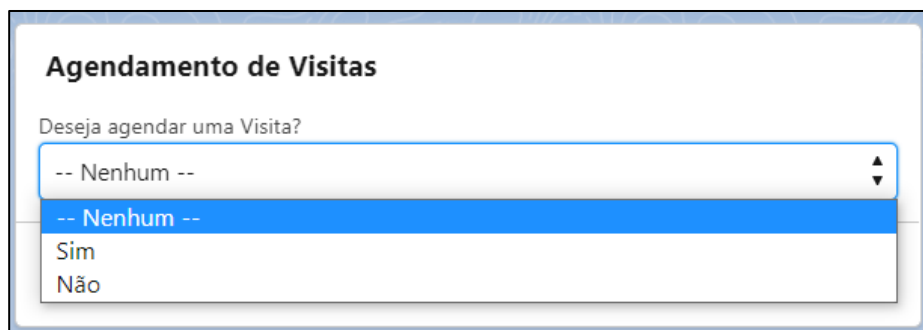
The screenshot displays the 'Tela de Visualização do Registro de Imóvel' (Property Record View Screen) for 'IMO - 0018'. The interface includes a top navigation bar with a search bar and user profile. The main content area shows the property details, including status, type, value, and owner. A progress bar indicates the current stage is 'Novo' (New). The 'Details' tab is active, showing general information and property specifics. The 'Agendamento de Visitas' section allows for scheduling visits, and the 'Files' section provides an option to upload documents. The 'Imóvel History' section shows a list of past visits.

Fonte: Elaborado pelo autor (2003).

Na Figura 8, o usuário tem a visualização da página de registro, contendo o elemento para *upload* de arquivos e histórico do imóvel. O Imóvel, por sua vez, passa por algumas fases (*status*) dentro da Imobiliária sendo avaliado como um novo, pendente (quando o imóvel possui uma visita agendada e negociação (quando o imóvel está em processo de negociação em alguma Oportunidade).

Nesta mesma tela o usuário possui o recurso para agendamento de visitas. Esta automação interage com o usuário em questão. Sendo, em um primeiro momento, uma tela para que informe ao sistema se haverá uma visita ou não como mostrado na Figura 9.

Figura 9: Tela 1 - Fluxo agendamento de visitas.



Agendamento de Visitas

Deseja agendar uma Visita?

-- Nenhum --

-- Nenhum --

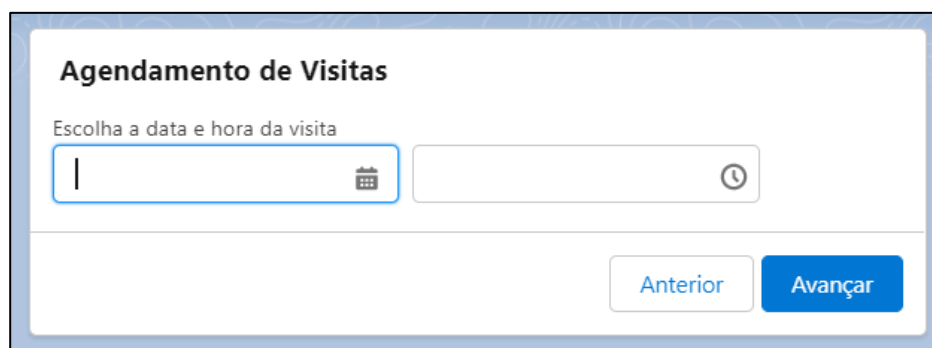
Sim

Não

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

Se o usuário optar por não agendar a visita, o sistema cancela a execução do fluxo, porém, se a decisão for de agendar a visita, uma nova tela aparecerá, solicitando data e hora, conforme a Figura 10.

Figura 10: Tela 2 - Fluxo agendamento de visitas.



Agendamento de Visitas

Escolha a data e hora da visita

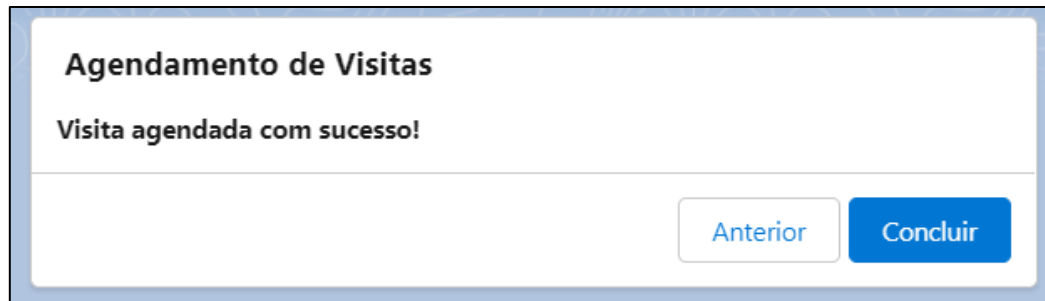
|

Anterior Avançar

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

Após a inserção das informações de data e hora, pelo usuário, uma tela final é apresentada com objetivo de confirmar a ação executada, *agendamento de visitas*. Observa-se a tela deste processo na Figura 11.

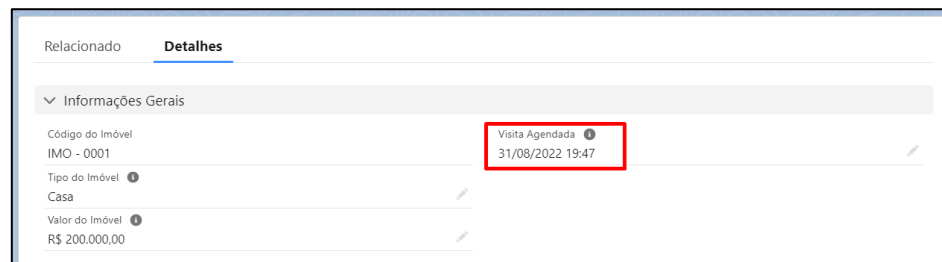
Figura 11: Tela 3 - Fluxo agendamento de visitas.



Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

Com a confirmação do agendamento de visitas o elemento do fluxo de atualização fica responsável de atualizar o campo “*Visita Agendada*” com a respectiva data e horário que foi definido pelo usuário conforme Figura 12.

Figura 12: Tela 4 - Fluxo agendamento de visitas.



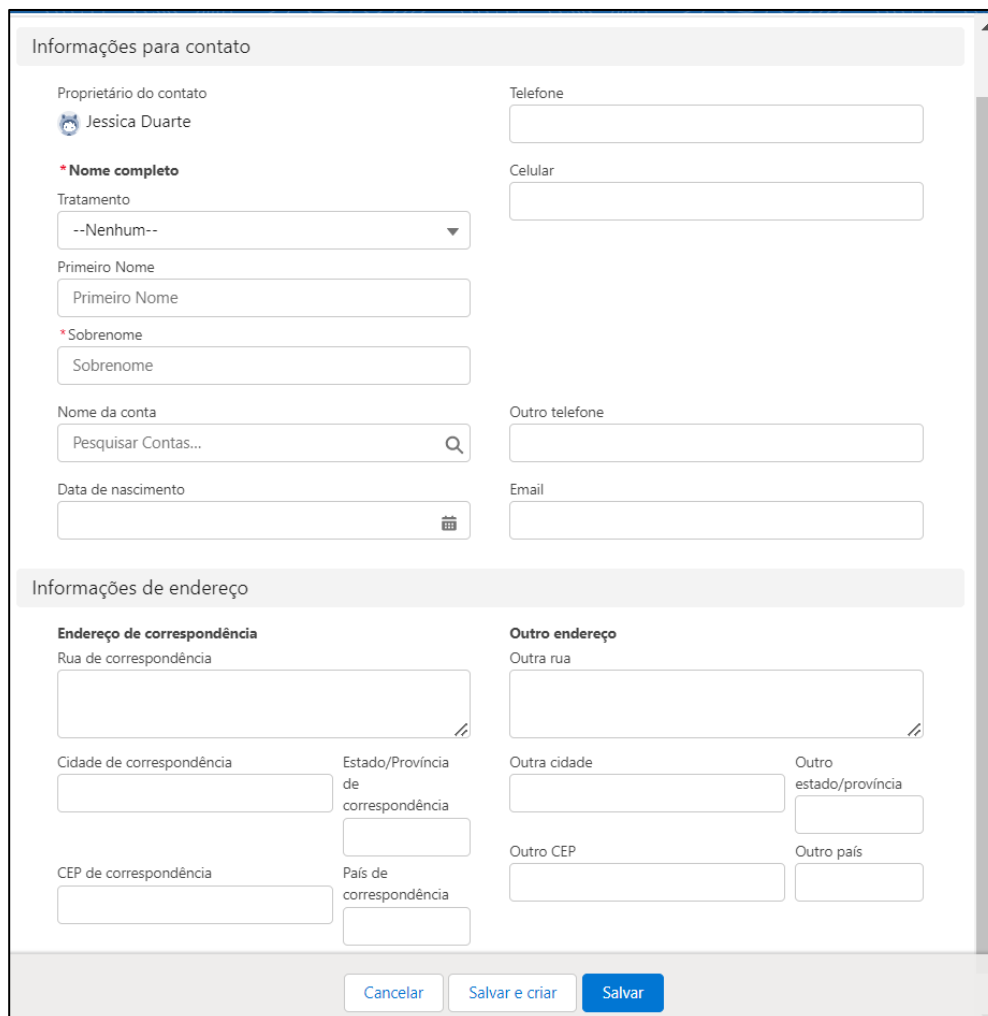
Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

Com este recurso o Corretor consegue manter sua agenda em dia com as visitas e, também, manter um histórico de visitação para cada Imóvel.

5.2 Cadastro de Contatos

No cadastro de Clientes, foram inseridos campos que são necessários na obtenção de informações chaves para conhecimento do cliente como mostra a Figura 13.

Figura 13: Tela de Cadastro de Clientes.



O formulário de cadastro de clientes é dividido em duas seções principais: 'Informações para contato' e 'Informações de endereço'.

Informações para contato:

- Proprietário do contato:** Exibe o nome 'Jessica Duarte' com um ícone de perfil.
- * Nome completo:** Campo obrigatório para o nome completo.
- Tratamento:** Menu suspenso com a opção '--Nenhum--' selecionada.
- Primeiro Nome:** Campo de texto para o primeiro nome.
- * Sobrenome:** Campo obrigatório para o sobrenome.
- Nome da conta:** Campo de busca com o texto 'Pesquisar Contas...' e um ícone de lupa.
- Data de nascimento:** Campo com ícone de calendário.
- Telefone:** Campo de texto para o telefone.
- Celular:** Campo de texto para o celular.
- Outro telefone:** Campo de texto para outro telefone.
- Email:** Campo de texto para o e-mail.

Informações de endereço:

- Endereço de correspondência:**
 - Rua de correspondência: Campo de texto.
 - Cidade de correspondência: Campo de texto.
 - CEP de correspondência: Campo de texto.
 - Estado/Província de correspondência: Campo de texto.
 - País de correspondência: Campo de texto.
- Outro endereço:**
 - Outra rua: Campo de texto.
 - Outra cidade: Campo de texto.
 - Outro CEP: Campo de texto.
 - Outro estado/província: Campo de texto.
 - Outro país: Campo de texto.

Na base do formulário, há três botões: 'Cancelar', 'Salvar e criar' e 'Salvar'.

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

Basicamente, a Figura 13 solicita ao usuário, no caso o Corretor, dados básicos do Contato para consolidação de cadastro do Cliente.

5.3 Cadastro de Oportunidades e Aprovação

O cadastro de novas oportunidades acontece quando o Imóvel atrelado a ela estiver na Fase (status) “Negociação”. O registro de Oportunidades concentra informações relacionadas a negociação de Imóveis, portanto há somente disposição de valores e tipo de negociação, basicamente.

Figura 14: Tela de Cadastro de Oportunidades

Nova Oportunidade: Imóveis

Detalhes da Oportunidade

* Nome da oportunidade

* Fase

* Imóvel

Cliente

Tipo

Valor do Aluguel

* Tipo de Negociação

Proprietário da oportunidade Jessica Duarte

* Data de fechamento

Nome da conta

Fonte: Elaborado pelo autor (2003)

Uma vez que a Oportunidade é cadastrada, o usuário obtém a visão de como essa negociação está sendo tratada. Como mostra a Figura 15, incluindo elementos da página do registro como o ciclo de vida da negociação, *upload* de arquivos e histórico de aprovação.

Figura 15: Tela de Registro de Oportunidade

Bauru Imóveis | Oportunidades | Aluguel Galpão Cinza

Oportunidade
Aluguel Galpão Cinza

+ Seguir | Editar | Alterar proprietário | Clonar

Imóvel: IMO - 0013 | Fase: Negotiation/Review | Tipo: New Customer | Valor da Oportunidade: R\$ 5.000.000,00

✓ Negotiation/Review | Encerrado | ✓ Marcar Fase como concluído(a)

Detalhes | Atividade

▼ Detalhes da Oportunidade

Nome da oportunidade	Aluguel Galpão Cinza	Fase	Negotiation/Review
Imóvel	IMO - 0013	Cliente	Jack Rogers
Tipo	New Customer	Valor da Oportunidade	R\$ 5.000.000,00
Tipo de Negociação	Alugar	Valor do Aluguel	R\$ 9.000,00
Data de fechamento	02/02/2023	Proprietário da oportunidade	João Victor

Relacionado

Arquivos (0)

Carregar arquivos

Ou soltar arquivos

Histórico de aprovação (3)

Aguardando Aprovação

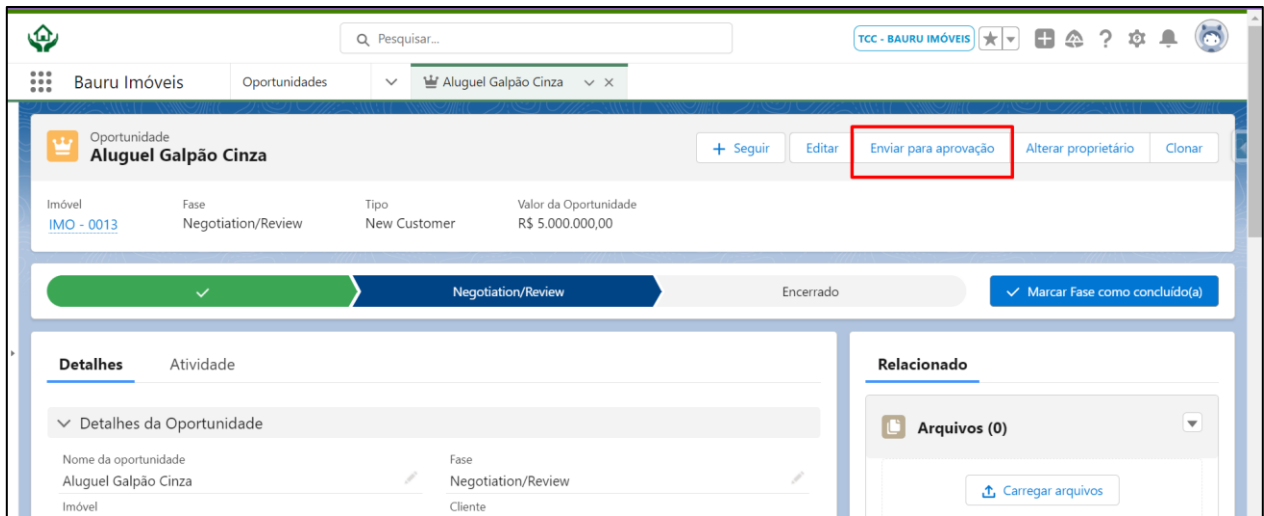
Data: 30/01/2023 14:18

Fonte: Elaborado pelo autor (2003)

Após o cadastro de novas oportunidades no sistema o usuário consegue prosseguir com suas atividades cotidianas e com o processo de negociação.

Quando na negociação há o indicativo de fechamento e o cliente traz uma contraproposta de valor para fechamento do negócio, o Corretor pode submeter esse registro de Oportunidade para aprovação de seu Gerente clicando no botão “Enviar para aprovação”, conforme Figura 16.

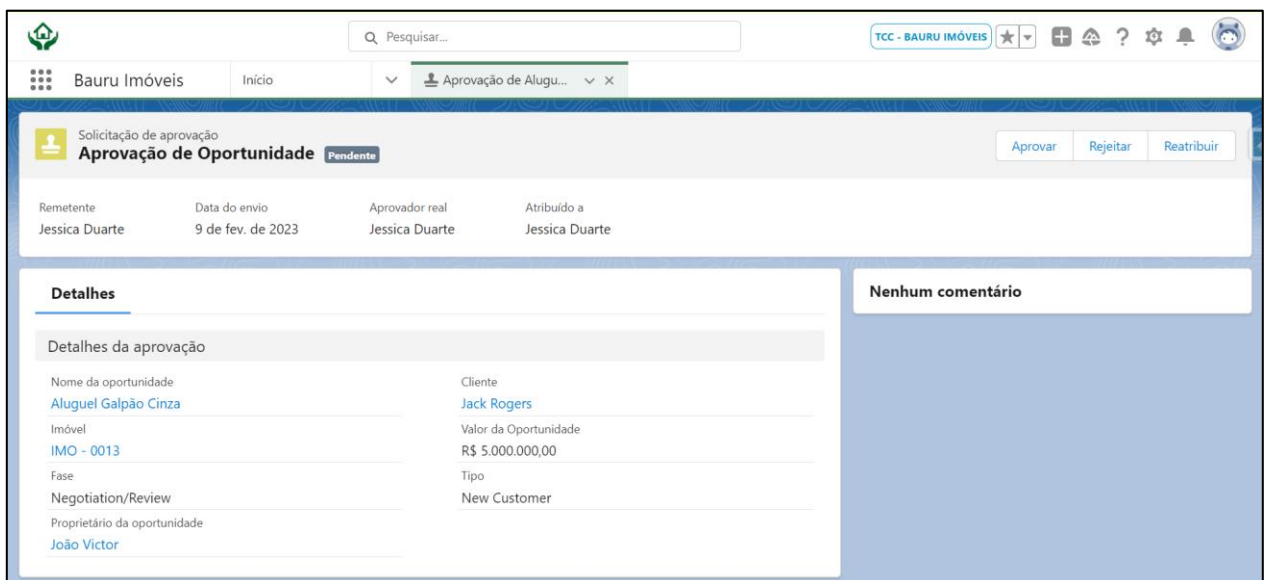
Figura 16: Tela de Envio para Aprovação



Fonte: Elaborado pelo autor (2003)

Após a submissão realizada como na Figura 16, o Gerente recebe em seu sistema uma tela de Solicitação de aprovação composta com informações gerais sobre o negócio como apresentado na Figura 17.

Figura 17: Tela de Solicitação de Aprovação



Fonte: Elaborado pelo autor (2003)

A tela de solicitação de aprovação, Figura 17, apresentada a principal ação do Gerente dentro do software que consiste na aprovação ou reprovação da Oportunidade. O recurso Processo de Aprovação utilizado neste estudo disponibiliza esta automação que traz maior credibilidade no tratamento de registros dentro de um único sistema.

6 HOMOLOGAÇÃO E TESTES

A realização deste trabalho apontou um grande potencial quanto ao software de mercado *Salesforce*, toda customização e automatização de processos colocados aqui foram executados com sucesso. Centralizando as informações em único local, sem a necessidade de instalações com o uso da aplicação *Web*.

Salienta-se que, durante o desenvolvimento deste trabalho, houve busca e tentativa de captação de imobiliárias que aceitassem participar do presente estudo. Buscava-se apoio na definição das regras de negócio, realização de testes e mensuração dos benefícios ou não quanto do uso da ferramenta, contudo, não foi obtida resposta positiva, promovendo esta ação a próxima etapa de desenvolvimento da solução, por este motivo, optou-se por realizar uma etapa de testes com dois usuários assumindo os papéis de Corretor e Gerente. Os participantes foram escolhidos com base na experiência de dois anos de atuação no segmento.

Como forma de consolidação dessas ações, houve a construção de dois usuários dentro do sistema, cada um com seus devidos acessos como mencionado no caso de uso e todas as automações propostas obtiveram êxito.

7 CONCLUSÕES

O objetivo do trabalho foi alcançado, uma vez que o sistema *CRM Salesforce* foi customizado para uso no segmento de imobiliárias e por meio de dois usuários, atendeu-se as expectativas de facilidade de acesso, funcionalidades esperadas, organização e centralização de informações.

O produto e os recursos *Salesforce* apresentaram elevado grau de usabilidade no quesito customização de ferramenta de trabalho para imobiliárias. A solução proposta demonstrou, em fase de testes, nível satisfatório quanto a centralização e organização de parâmetros necessários a uma comercialização de imóveis.

Os indivíduos *testers* demonstraram “alacridade” quanto ao uso da ferramenta. Os *feedbacks* inerentes aos *layouts* indicam elogios ao potencial intuitivo da ferramenta. Sobre a forma de organização dos dados houve significativo ganho de tempo, com os fatores de centralização e arranjo das informações, gerando percepção positiva frente aos melhoramentos nos processos de transação comercial.

Os objetos foram facilmente criados, ainda que havendo algum trabalho para confecção. Porém, o modelo estrutural da ferramenta levou a uma organização ímpar dos dados de clientes, imóveis e, conseqüente negociações, o que indica otimização de trabalho da empresa.

8 TRABALHOS FUTUROS

Como proposta para trabalho futuro, sugere-se para continuidade, implantar o sistema em uma imobiliária para uso com dados reais, a fim de analisar se haveriam benefícios para a empresa.

Outra proposta é a customização das ferramentas *Salesforce* para outros nichos de mercado, visando melhorias as empresas, concomitantemente, à amplificação e evolução das ferramentas *CRM Salesforce*.

REFERÊNCIAS

ALBERTINO, GUILHERME AUGUSTO PIZANI; NAS, O. IMPACTO DAS MÍDIAS DIGITAIS; DA, VENDAS. FACULDADE METROPOLITANA.

CALLEGARI, Nelson Malta; KOVALESKI, João Luiz; SCANDELARI, Luciano. CRM– (Customer Relationship Management) e a Tecnologia da Informação (TI). **2º Encontro de**, 2006.

DE CASTRO, Luíza Machado Silveira; LESO, Bernardo Henrique; CORTIMIGLIA, Marcelo Nogueira. Transformação digital no mercado de locação de imóveis. In: **Anais do Congresso Internacional de Conhecimento e Inovação–ciki**. 2020.

Godinho, Josnei Ubirajara; Gestão do suporte ao cliente: estudo de caso sobre uso da plataformaSalesforce [TCC] / Josnei Ubirajara Godinho; orientação de Júlio César daCosta Ribas. – Florianópolis, 2014.

GUERRA, João Ricardo Lage. **Aceitação e uso de tecnologias de Social Customer Relationship Management em micro e pequenas empresas brasileiras**. 2021. Tese de Doutorado. Doutorado em Administração.

MIGUEL, Margarida Domingues. **O impacto da implementação do CRM no comportamento, satisfação e retenção do consumidor**. 2022. Tese de Doutorado.

OLIVEIRA, Jellinek da Nóbrega. **Um estudo do ambiente de relacionamento com o cliente de uma micro e pequena empresa sobre a perspectiva da adoção de um software CRM: estudo de caso de uma MPE**. 2021. Trabalho de Conclusão de Curso.

SALESFORCE, INC. Arquitetura de Referência para Varejo. **Salesforce Help**. Disponível em: https://help.salesforce.com/s/articleView?id=sf.icx_b2c_reference_architecture.htm&type=5. Acesso em: 05 Janeiro 2023.

SALESFORCE, INC. Entender a arquitetura do Salesforce. **Trailhead**. Disponível em: https://trailhead.salesforce.com/pt-BR/content/learn/modules/starting_force_com/starting_understanding_arch. Acesso em: 22 Novembro 2023.

SALESFORCE, INC. Entender objetos padrão e personalizados. **Trailhead**. Disponível em: https://trailhead.salesforce.com/pt-BR/content/learn/modules/data_modeling/objects_intro. Acesso em: 08 Janeiro 2023.

SALESFORCE, INC. o que significa api. **Salesforce Developers**. Disponível em: <https://developer.salesforce.com/forums/?id=9060G000000MW60QAG#:~:text=API%20stands%20for%20Application%20Programming,application%20programming%20interfaces%5BAPI's%5D..> Acesso em: 24 Janeiro 2023.

SALESFORCE, INC. Sales Cloud. **Salesforce**. Disponível em: <https://www.salesforce.com/products/sales-cloud/overview/>. Acesso em: 21 Dezembro 2022.

SALESFORCE, INC. Tipos de sandbox e modelos. **Help**. Disponível em: https://help.salesforce.com/s/articleView?id=sf.create_test_instance.htm&type=5. Acesso em: 22 Janeiro 2023.

GALEGALE, Napoleão Verardi; DA SILVA, Reginaldo Pereira. O efeito da implementação dos sistemas ERP e CRM na satisfação dos clientes. **Revista Científica Hermes**, v. 27, p. 184-207, 2020.

TELLES, Renato. **Marketing empresarial**. Saraiva, 2003.

VICO, Renato de. Um sistema de controle de estoque de uma ONG baseado no CRM da Salesforce. 2021.