



Jorge Geraldo, da MKTec

## CRIAÇÃO DE CULTURA

Apesar da maior atenção, ainda há um caminho a ser percorrido nesse mercado. A falta de cultura em investir na qualidade dos dados integrados em cada processo de uma empresa sempre foi uma das grandes fraquezas no meio corporativo, pois a impossibilidade e os altos custos tecnológicos em realizar análises de tendência com base histórica nunca gerou o real interesse em informações consolidadas no passado. "Falta uma visão mais aguçada de data business. Uma percepção maior do negócio que associe diretamente a qualidade da informação com o sucesso ou o fracasso de iniciativas, ou mesmo com o lucro e o prejuízo nos negócios", comenta Jorge Geraldo, diretor da MKTec.

O avanço e a redução de custos da tecnologia somados a necessidade de análise de comportamentos de clientes e mercados fizeram com que as empresas investissem mais na estruturação, integração e fidelização dos dados. Por isso, é importante ter em mente que um banco de dados com qualidade da informação permite que as ações de relacionamento sejam focadas e objetivas nas necessidades que cada cliente demanda e no momento do seu relacionamento com a empresa.

“Falta uma percepção maior do negócio que associe a qualidade da informação com o sucesso ou o fracasso de iniciativas, ou mesmo com o lucro e o prejuízo nos negócios.

“A relevância, a precisão e a disponibilidade multicanal da informação para clientes são bases seguras para a fidelização e para o melhor relacionamento com o mercado de forma total”, reforça Jorge Geraldo.

têm ciência de que a qualidade da informação é fundamental para a manutenção de um relacionamento transparente e relevante com os clientes. "Inclusive, várias delas já tem uma área dedicada para esse tipo de gestão da qualidade da informação", completa.

## ESTRATÉGIA COMO GARANTIR A QUALIDADE

No nível estratégico, é preciso conferir à qualidade da informação caráter de plano permanente com política de metas e comitês de acompanhamento. No nível gerencial, temos que consolidar a qualidade das informações por meio do treinamento, da gestão de metas de produtividade e de ganhos financeiros para a organização. Já no nível operacional, é importante operar de forma que a atuação individual garanta qualidade na integridade e na atualização dos dados, estando todos conscientes de seu grau de importância para a formação coletiva deste ativo vital que é a informação empresarial.

Investir em treinamentos, processos e tecnologia. Aqui estamos falando dos três pilares de sustentabilidade de um processo de qualidade: pessoas, ações e ferramenta. Investir somente em treinamento e tecnologia sem a garantia de que o processo de gerenciamento e tratamento destes dados está dentro de um padrão estruturado e corretamente mapeado em uma cadeia de valores, não levará a empresa ao sucesso desejado. Da mesma forma seria confiar todo o sucesso de um projeto de qualidade de dados em um parque tecnológico moderníssimo esquecendo que as pessoas serão responsáveis pela organização e assertividade das e informações inseridas e produzidas por cada um dos processos envolvidos.

As empresas devem ter um processo estruturado, fazer a coleta e o armazenamento dos dados e, por fim, tratá-los. Fora isso, hoje, o ideal é que o cliente tenha controle do que vai receber e deve saber a periodicidade. A gestão da informação deve passar por um processo de tratamento estatístico para obter resultados ainda melhores com a empresa. Todos os detalhes devem ser devidamente cuidados, inclusive a consistência das informações e a forma de como elas são coletadas e adequadas. Os pontos de contatos devem ser utilizados de forma sutil e sem exageros para que a informação seja enriquecida e validada.

Jorge Geraldo MKTec

Jorge Utimi Inteligência de Negócios

Edson Barbieri Frontier