

## 7 Sugestões Para Estudos Futuros

Os resultados obtidos nesse trabalho demonstram a existência de um vasto campo para estudo. A seguir serão apresentadas algumas sugestões para futuras pesquisas:

- Realização de uma nova pesquisa, utilizando a mesma metodologia adotada nesta, só que voltada para outros setores, que não o setor de telecomunicações brasileiro.
- Realização de uma nova pesquisa, também voltada para o mercado brasileiro de telecomunicações, porém, utilizando um outro método de coleta de dados, como por exemplo, um questionário com perguntas e respostas fechadas.
- Uma vez que a adoção do CRM requer um considerável nível de investimento por parte das organizações, sugere-se a realização de um estudo para verificar como estas, mediante os resultados que vêm sendo obtidos, estão avaliando o investimento realizado com o CRM.
- A implementação da estratégia CRM é um tema complexo que envolve aspectos referentes ao gerenciamento do processo de implantação propriamente dito, aspectos culturais (pessoas de culturas e propósitos diferentes, mas que devem ter os mesmos objetivos) e tecnológicos (seleção/ implantação da solução e integração com os demais sistemas legados) que devem ser analisados em detalhe.
- Um outro estudo bastante interessante nessa área, está relacionado com a percepção dos Clientes em relação ao CRM cujo principal objetivo é aprimorar o relacionamento entre Cliente e organização. Será que os valores considerados pelas organizações quando da adoção da estratégia CRM são os mesmos que os Clientes julgam importantes? Como os Clientes estão avaliando esse relacionamento? Será que eles percebem algum tipo de melhora?