



CATÓLICA
LISBON
BUSINESS & ECONOMICS

*How to Commercialize GETbizz
- the new Database Marketing
Platform Solution*

Marta Machado de Almeida Garcia Saraiva

Dissertation written under the supervision of Professor Rute
Xavier

Dissertation submitted in partial fulfilment of requirements for the MSc in
Management with Specialization in Strategy and Entrepreneurship, at the
Universidade Católica Portuguesa, January 2017

I. ABSTRACT (ENGLISH)

Engaging in Customer Relationship Management practices is crucial in today's business world. Strengthening business relations with clients and increasing customer loyalty are ones of companies' priorities. GETbizz is a software that enables such practices by managing final clients' database, establishing automated and personalized communications via SMS and email and even measuring the Return On Investment (ROI) of marketing campaigns. The present dissertation aims to reveal which could be the best commercialization strategy for GETbizz and its implementation on the market. With the purpose of understanding the software industry and analyzing the best recommendations for the launch of GETbizz, a benchmark was performed on this market. Furthermore, questionnaires to both current and potential clients' of GETbizz were conducted so that the recommendations to the company were aligned with the targeted customer. Lastly, interviews with three different experts from renowned companies had taken place in order to get some industry's insights.

To successfully implement GETbizz in the market it seemed crucial to design structured segmentation, commercialization, pricing and placement approaches and the present thesis aims to unveil such strategies.

Key Words: Customer Relationship Management, Software, Customer Loyalty, Database Management, Email and SMS marketing, Segmentation, Commercialization, Pricing Strategy, Placement.

II. ABSTRACT (PORTUGUESE)

Exercer práticas de Gestão de Relacionamento com o Cliente é essencial no mundo dos negócios de hoje. Fortalecer as relações comerciais com os consumidores e aumentar a fidelização de clientes são umas das prioridades das empresas atualmente. O GETbizz é um software que permite tais práticas através da gestão de base de dados de clientes, criação de comunicações automatizadas e personalizadas via SMS e email e, até mesmo, através da medição do Retorno do Investimento das campanhas de marketing. A presente dissertação visa revelar qual a melhor estratégia de comercialização para o GETbizz e a sua implementação no mercado. Com o propósito de conhecer a indústria dos softwares e analisar as melhores recomendações para o lançamento do GETbizz, foi feita uma análise de benchmarking. Adicionalmente, foram realizados questionários para os atuais e potenciais clientes da plataforma, de modo a que as recomendações à empresa estivessem alinhadas com as expectativas do cliente-alvo. Por fim, entrevistas com três diferentes especialistas de empresas de renome tiveram lugar com o intuito de aprofundar o conhecimento da indústria.

Para vitoriosamente implementar o GETbizz no mercado é fundamental desenhar-se uma segmentação e comercialização estruturadas, bem como, uma estratégia de preços e abordagem ao cliente personalizadas. A presente tese pretende revelar tais estratégias.

Palavras-chave: Gestão de Relacionamento com o Cliente, Software, Fidelização de Cliente, Gestão de base de dados, Marketing de email e SMS, Segmentação, Comercialização, Estratégia de Preços, Colocação no Mercado.