

# MARKETING SLUŽEB

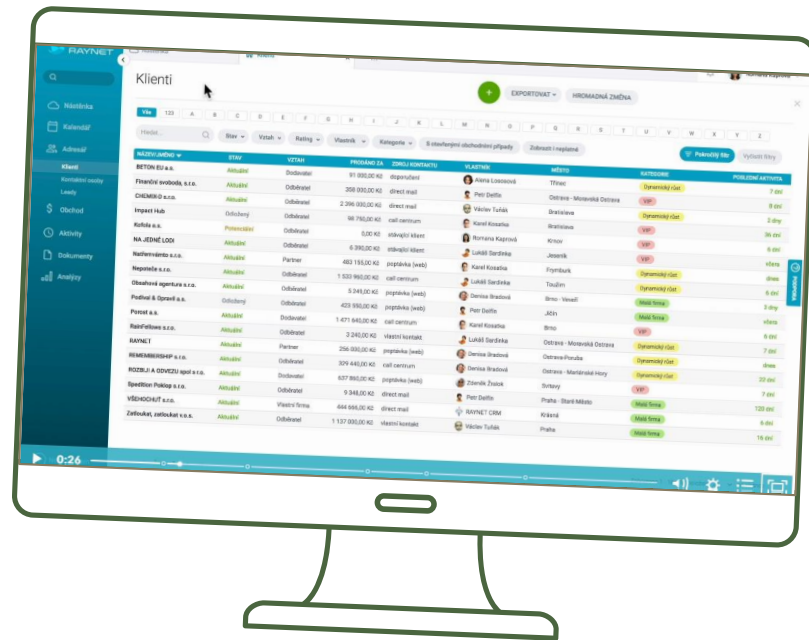
## PŘEDNÁŠKA XII

**NATÁLIE MARŠALCOVÁ / CANIS SAFETY A.S.**



# AKTIVNÍ VZTAH K ZÁKAZNÍKŮM VE SLUŽBÁCH - CRM

1. Transakční vs. relační marketing
2. Zákazník centrem pozornosti
3. Pilíře úspěšného budování vztahů se zákazníkem
4. CRM
5. Churn management a retence zákazníků



Zákazník musí být natolik spokojen, aby **nepodleh** působení konkurenčních nabídek.

V současném světě **nestačí pouze nabídnout** skvělou službu a komunikovat jí zákazníkům. Je zapotřebí vnímat zákazníka jako partnera a vybudovat s ním **dlouhodobý vztah**.

*„Váš zákazník bude tak loajální k vám, jak vy budete loajální ke svému zákazníkovi.“*

# TRANSAKČNÍ x RELAČNÍ MARKETING

Dříve byl centrem pozornosti **objem prodeje**.  
Dnes je jim **zákazník**.

**TRANSAKČNÍ MARKETING** - v popředí zájmu firmy je produkt, pro který se hledá vhodný zákazník. Zaměřuje se na efektivitu výroby a objem prodeje.

**RELAČNÍ (VZTAHOVÝ) MARKETING** - centrem pozornosti je zákazník. Zaměřuje se na loajalitu a opakovaný nákup zákazníka.

## TRANSAKČNÍ MARKETING

## RELAČNÍ MARKETING

orientace na jednorázový prodej	důraz na udržení zákazníka
orientace na vlastnosti produktu	orientace na co nejvyšší užitek a hodnotu produktu pro zákazníka
krátkodobý časový horizont	dlouhodobý horizont
malý důraz na službu zákazníkovi	velký důraz na službu zákazníkovi
omezená odpovědnost vůči zákazníkovi	vysoká odpovědnost vůči zákazníkovi
omezený kontakt se zákazníkem	intenzivní kontakt se zákazníkem
kvalita je definována výrobcem	kvalita definována z pohledu zákazníka a je předmětem zájmu všech oddělení v podniku

# CASE STUDY: AMAZON A NIKE

**amazon**

The Amazon logo consists of the word "amazon" in a bold, lowercase, sans-serif font. Below the text is a curved orange arrow that starts under the letter 'a' and ends under the letter 'n', pointing to the right.

# ZÁKAZNÍK CENTREM POZORNOSTI

Péče o zákazníky se stává nejen důležitou součástí podniku, ale také jasnou konkurenční výhodou na trhu. Pro to, aby mohl podnik jasně pečovat o své zákazníky, potřebuje je dokonale poznat a pochopit jejich očekávání.

**Základní otázky, na které je třeba najít odpověď:**

Kdo je zákazník firmy a na kterém trhu?

Jaké jsou jeho potřeby a co je hodnotou pro zákazníka?

Jakým způsobem a jakými nástroji ho firma uspokojí?

# PROČ JE DŮLEŽITÉ STARAT SE O ZÁKAZNÍKY?

## Word of Mouth!

- Zákazníci řeknou o špatné zkušenosti až 2x více lidem, než kolika řeknou o dobré.
- Typicky nespokojený zákazník se svěří se svým problémem až 10 lidem.

80 % budoucího obrátu tvoří 20 % těch současných zákazníků.

Je **4x až 6x dražší** získat nového zákazníka, než si udržet stávajícího.

Až 80 % skvělých nápadů pochází od zákazníků.



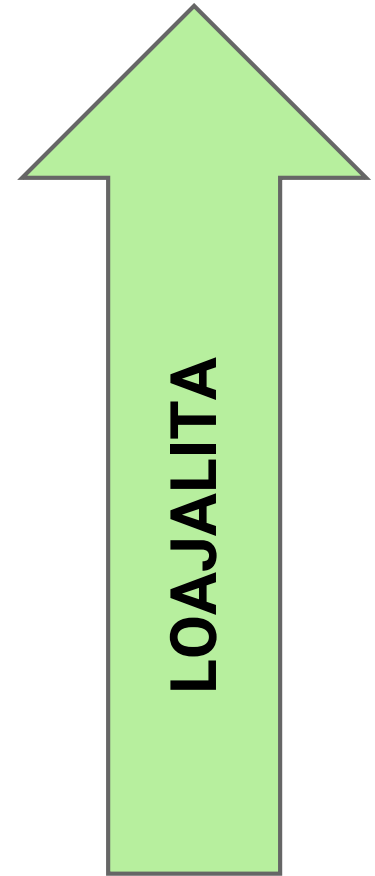
# SPOKOJENÝ ZÁKAZNÍK...

- je věrný delší dobu
- kupuje nové a inovované služby
- podává kladné WOM
- je méně citlivý na změnu ceny
- je zdrojem nápadů na další inovace a nové služby
- nevyžaduje tolik informací jako nový zákazník, tím šetří firmě čas i náklady



# Žebříček zákaznické loajality

LEAD  
MANAGEMENT



# PILÍŘE ÚSPĚŠNÉHO BUDOVÁNÍ VZTAHŮ

01

KOMUNIKACE  
A DOSTUPNOST

03

AKCE

02

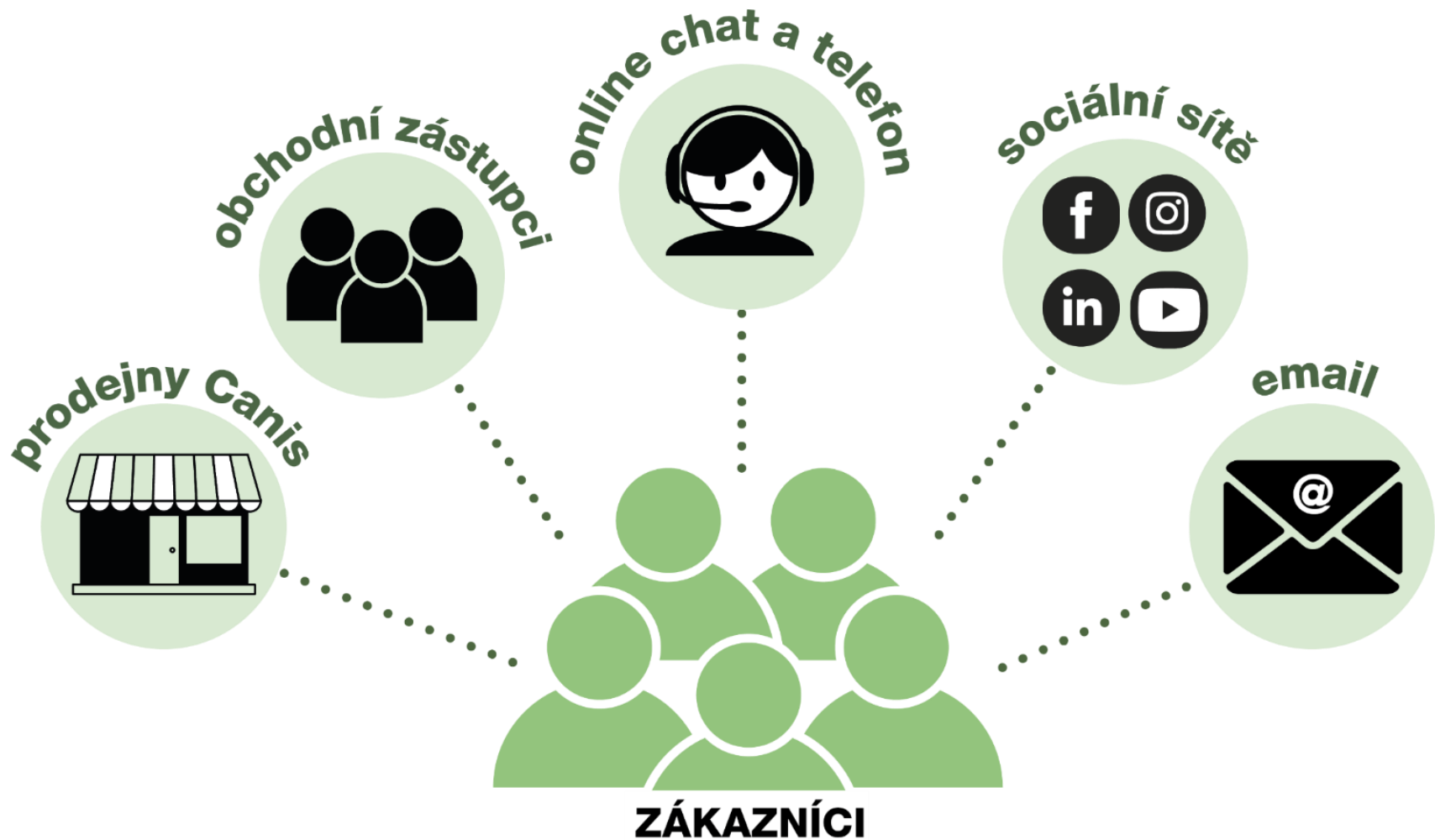
SYSTEMŮ ODMĚN

04

UŽITEČNÝ OBSAH

# KOMUNIKACE A DOSTUPNOST

- Pravidelná a relevantní komunikace pomocí zpravodajů, newsletterů, příspěvků na sociálních sítích, ...
- Zároveň je důležitá zpětná vazba od zákazníka, kterou by si měla firma vyžádat a zároveň na ní reagovat.
- Usnadnění možnosti kontaktování zákazníkem - být dostupný na emailu, telefonu, sociálních sítích, využít chatovací okna, atd.
- Naslouchat problémům zákazníků a nabízet řešení.



# VYŽÁDÁNÍ SI ZPĚTNÉ VAZBY

**NOTINO**

Děkujeme vám za nákup,  
vážíme si vaší důvěry

Doporučili byste Notino svým přátelům?



Určitě NE

Určitě ANO

---

# SYSTEM ODMĚN

Nabídnout zákazníkům motivátory k dalším nákupům i poskytnutí zpětné vazby.


- kupóny, slevové kódy
- věrnostní a členské programy
- slevy za registraci v eshopu, aplikaci, atd.
- odměny za vyplnění dotazníků spokojenosti

## GENIUS PROGRAM

Věrnostní program, který odměňuje zákazníky za množství rezervovaných pobytů.


### Úroveň Genius 1


Získejte okamžité slevy v **zúčastněných ubytovních** po celém světě. Stačí si vytvořit účet.


 **10% slevy**

### Úroveň Genius 2

Získejte výhody této úrovně v **zúčastněných ubytovních** po celém světě po uskutečnění 5 pobytů během 2 let.


 **10–15% slevy**

 **Snídaně zdarma u vybraných pobytů**


 **Bezplatný upgrade pokoje u vybraných pobytů**

### Úroveň Genius 3

Získejte výhody této úrovně v **zúčastněných ubytovních** po celém světě po uskutečnění 15 pobytů během 2 let.

 **10–20% slevy**

 **Snídaně zdarma u vybraných pobytů**

 **Bezplatný upgrade pokoje u vybraných pobytů**

 **Prioritní podpora u všech rezervací**



# APLIKACE MŮJ ALBERT



# AKCE PRO ZÁKAZNÍKY

Pořádání akcí pro zákazníky a umožnění zážitku s přidanou hodnotou.

Výhodou je přímý kontakt zaměstnanců se zákazníky, jejich poznání, budování důvěry a získání zpětné vazby.

# KILPI - AKCE NAJDI SOBA

 **KILPI SOBI**  
**OBSADILI BESKYDY!**



»»»»  
**SOUTĚŽ**  
**20.2.**  
**OSTRAVICE**  
neděle <<<<<

více informací na

<https://najdisoba.kilpi.cz>



# NABÍDNOUT UŽITEČNÝ OBSAH

Tvorba příspěvků na blogu a sociálních sítích, které budou zábavné, vzdělávací, užitečné. Ne pouze komerčním sdělením.

- články, fotografie, videa, podcasty
- lokalizovaný obsah - přizpůsobení se regionu, zemi
- propojení s newslettery

Obsah s přidanou hodnotou pomáhá zvyšovat návštěvnost webu, engagement na sociálních sítích i budovat vztah.

# LEVOSPHERE - MARKETING V PRAXI

**LEVOSPHERE**<sup>®</sup>  
STRATEGY IS THE ANSWER

[Služby a produkty](#)

[Podcasty](#)

[Kurzy](#)

[Referencie](#)

[O nás](#)

[Blog](#)

[Kontakt](#)



## Čo je marketingová stratégia a prečo by ju mala mať vaša firma? (Komplexný sprievodca podnikateľa)

Pristihli ste sa niekedy pritom, že váhate, či je dané rozhodnutie správne pre vaše podnikanie? Takmer s určitosťou je tu jedna vec, ktorá vášmu podnikaniu chýba - marketingová stratégia. Zistíte, čo je to marketingová stratégia a prečo by ju mala mať aj vaša firma.



# LOKALIZACE OBSAHU

**„K DOCHTOROVI DEŽ NEMOSIM?  
TO RAČ ÔMŘÔ!“**

Negde tam je.  
Ê proto smê tô mê.



Pro život, jaký je

# CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT - CRM

Jedná se o strategický přístup systematického a dlouhodobého řízení vztahů se zákazníky.

V centru uvažování stojí zákazník (**customer**), jehož vztah (**relationship**) k podniku se má řídit (**management**).

CRM je koncepce, která stojí na vzájemném fungování těchto prvků: **lidé, procesy, technologie, obsahy**.

Customer relationship management (CRM)  
vs. cause related marketing (CRM).

# CRM MODEL IDIC



- identifikace zákazníka a poznání do hloubky
- diferenciacce zákazníků a určení, kteří jsou nejhodnotnější nyní (**key account**), a kteří v budoucnu
- interakce se zákazníky, porozumění jejich očekáváním, potřebám i vztahům k jiným značkám
- kustomizace nabídky a komunikace



Pro menší podniky zaměřené na užší segment je snazší vybudovat a udržovat se zákazníky vztah. Jejich CRM spočívá v osobním kontaktu se zákazníky. Front office zaměstnanci znají své klienty, jejich obvyklé požadavky i frekvenci nákupu. Pro sběr dat stačí paměť zaměstnanců, adresáře, excelovské tabulky,...

Velké společnosti, které cílí na masový trh nebo na velké segmenty zákazníků si s pouhým zapojením lidského kapitálu nevystačí, a proto využívají software, který pomáhají spravovat, sledovat a uchovávat informace týkající se stávajících a potenciálních zákazníků společnosti.

# CO DĚLÁ CRM?

- sbírá data o zákaznících a obchodních případech
- generuje různé přehledy, statistiky, vyhodnocení
- umožňuje sdílení dat a přehledů v rámci různých týmů ve společnosti (marketing, obchod, zákaznická podpora, management, atd.)
- řízení zákaznické podpory
- automatizace rutinních úkolů
- identifikuje příležitosti, potenciální klienty, atd.
- integruje data s dalšími nástroji - např. objednávkové, účetní systémy, email marketing, atd.

# UKÁZKA CRM SYSTÉMU

RAYNET

Nástěnka

Klienti

Martin Kapr

## Klienti

EXPORTOVAT

HROMADNÁ ZMĚNA

Vše 123 A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

Stav

Vztah

Rating

Vlastník

Kategorie

S otevřenými obchodními případy

Zobrazit i neplatné

Pokročilý filtr

Vyčistit filtry

Prodáno za +10k

Klienti

Žádná aktivita

CZ

Dobrý vztah

TOP Klienti

NÁZEV/JMÉNO	STAV	VZTAH	RATING	ZDROJ KONTAKTU	VLASTNÍK	KATEGORIE	OBOR	ZAEVIDOVÁNO
BETON EU a.s.	Aktuální	Dodavatel	A	doporučení	Alena Lososová	VIP	Inženýrské stavitelství	23.9.2018 14:51
ETORA Solutions s. r. o.	Aktuální	Odběratel	A	call centrum	Martin Kapr	Malá firma		16.4.2019 9:46
Finanční svoboda, s.r.o.	Aktuální	Odběratel	C	direct mail	Petr Delfín	VIP		21.2.2019 9:28
CHEMIX-D s.r.o.	Aktuální	Odběratel	C	direct mail	Václav Tuňák	Dynamický růst		21.2.2019 9:28
Impact Hub	Odložený	Odběratel	C	call centrum	Karel Kosatka	VIP		21.2.2019 9:27
Kofola a.s.	Potenciální	Odběratel	C	vlastní kontakt	Martin Kapr	Dynamický růst		16.7.2020 13:58
Kofola ČeskoSlovensko a.s.	Aktuální	Odběratel	C	vlastní kontakt	Martin Kapr	Dynamický růst		28.2.2019 9:50
NA JEDNÉ LODI	Aktuální	Odběratel	C	stávající klient	Lukáš Sardinka	Malá firma		21.2.2019 9:25
Natřemvámto s.r.o.	Aktuální	Partner	C	poptávka (web)	Karel Kosatka	Malá firma	Poskytování ostatních osobních služeb	26.9.2018 12:35
Nepotéče s.r.o.	Aktuální	Odběratel	A	call centrum	Lukáš Sardinka	VIP	Bezpečnostní a pátrací činnosti	23.9.2018 14:39
Obsahová agentura s.r.o.	Aktuální	Odběratel	A	poptávka (web)	Denisa Bradová	Dynamický růst	Tvůrčí, umělecké a zábavní činnosti	21.2.2019 9:26
Podivál & Opravil a.s.	Odložený	Odběratel	B	poptávka (web)	Petr Delfín	VIP	Opravy a instalace strojů a zařízení	23.9.2018 14:23
Porost a.s.	Aktuální	Dodavatel	B	call centrum	Karel Kosatka	Dynamický růst	Rostlinná a živočišná výroba, myslivost a souvis...	24.9.2018 12:15
RainFellows s.r.o.	Aktuální	Odběratel	C	vlastní kontakt	Lukáš Sardinka	Malá firma		21.2.2019 9:26
RAYNET	Aktuální	Partner	A	poptávka (web)	Denisa Bradová	Dynamický růst	Činnosti v oblasti informačních technologií	23.9.2018 13:19
REMEMBERSHIP s.r.o.	Aktuální	Odběratel	C	call centrum	Denisa Bradová	Dynamický růst		21.2.2019 9:25
ROZBIJI A ODVEZU spol s r.o.	Aktuální	Dodavatel	A	poptávka (web)	Zdeněk Žralok	Dynamický růst	Opravy a instalace strojů a zařízení	23.9.2018 15:05
Spedition Poklop s.r.o.	Aktuální	Odběratel	C	direct mail	Petr Delfín	Malá firma		21.2.2019 9:27
VŠEHOCHUŠ s.r.o.	Aktuální	Vlastní firma	A	direct mail	RAYNET CRM	Malá firma	Tvůrčí, umělecké a zábavní činnosti	23.9.2018 13:19

Podpora

# UKÁZKA CRM SYSTÉMU

RAYNET

Nástěnka

Kofola ČeskoSlovensko a.s. x

Martin Kapr

Klient

Kofola ČeskoSlovensko a.s.

ULOŽIT ULOŽIT & ZAVŘÍT

Základní údaje Další údaje Volitelná pole Historie Diskuze NewtonOne

### ZÁKLADNÍ ÚDAJE

Název: Kofola ČeskoSlovensko a.s.  Fyzická osoba

Stav: Aktuální Vztah: Odběratel

Vlastník: Martin Kapr Kategorie: Dynamický růst

Rating: C ★☆☆ Zdroj kontaktu: vlastní kontakt

Obor:

[Upravit](#)

### ADRESY A KONTAKTY

**Sídlo klienta**

[Ukázat na mapě](#) [Ukázat trasu](#)

Ulice: Nad Porubkou 2278/31A

Město: Ostrava - Poruba

Kraj: Moravskoslezský k PSČ: 708 00

Země: Česká republika [vybrat](#)

Obchodní teritorium:

GPS: 49.8203407000, 18.1818857000 [upravit](#)

**Základní kontakty** Další kontakty


Tel 1: Typ:

Tel 2: Typ:

Email:

Email 2:

WWW:



Hodnota obch. vztahu

**0 Kč**

Hodnota participací

0 Kč

Hodnota otevřených obchodních případů

**75 000 Kč**

Hodnota participací

0 Kč

Počet otevřených obchodních případů

**1**

Prodáno ve skupině

**0 Kč**

Rozjednáno ve skupině

**75 000 Kč**

Následující aktivita za

**15 dní**

### KONTAKTNÍ OSOBY

[Přidat kontaktní osobu](#)

Ke klientovi nejsou evidovány žádné kontaktní osoby

[Přidat kontaktní osobu](#)

### PROPOJENÍ NA JINÉ KLIENTY

Nastavte mateřskou nebo dceřinou společnost nebo vytvořte volné propojení s dalšími klienty

[Propojit na jiného klienta](#)

### POZNÁMKA KE KLIENTOVÍ

**Nejbližší naplánovaná aktivita**  
6.8.2020 Jak to běhá? (follow-up)  
Martin Kapr

**Poslední zrealizovaná aktivita**  
5.3.2020 Podpis smlouvy  
Martin Kapr

[Podpora](#)

# VÝHODY CRM

- Zlepšení zákaznické zkušenosti (customer experience) - spokojenější a loajálnější zákazník.
- Vývoj produktů dle aktuálních požadavků zákazníků.
- Zlepšení interní komunikace ve firmě.
- Automatizace firemních procesů, zvýšení efektivity.
- Optimalizace nákladů na marketingovou komunikaci.
- Personalizace kampaní - kampaně jsou osobnější, pro zákazníky relevantnější a celkově účinnější.
- Díky datům shromážděným v databázi lze předvídat budoucí poptávku.

# TYPY CRM

## ANALYTICKÉ

Zabývá se především analýzou dat, aby firma získala jasný přehled, kterým směrem se vydat (data mining, web mining).

- Vyhodnocení klientských dat, predikce chování zákazníků, atd.

## OPERATIVNÍ

Zlepšuje úroveň zákaznické služby tím, že se zaměřuje na automatizaci a optimalizaci procesů, které jsou spojené s prodejem, marketingem a zákaznickou podporou.

- Podpora samotného kontaktu se zákazníky, prostředky pro komunikaci se zákazníkem (call centra, online chat), atd.

## KOLABORATIVNÍ

Zajišťuje správnou komunikaci mezi zaměstnanci společnosti a správný přenos informací, aby byly vždy ve správný čas na správném místě.

# CHURN MANAGEMENT A RETENCE ZÁKAZNÍKŮ

**Churn management** představuje trvalou snahu o udržení zákazníků, respektive snahu o snížení jejich odchodu od služby.

Zaměřuje se na to kdy, kam, proč a kteří zákazníci odcházejí a jaké konkrétní služby opouští. Kromě toho se churn management zabývá tím, jak motivovat zákazníky, aby neodcházeli.

- churn rate

# CHURN MANAGEMENT

Ve vysoce konkurenčním prostředí je běžné, že klienti porovnávají nabídky a odcházejí od služby. Důležité je zajistit, aby příliv nových klientů byl vyšší než odchodů.

CRM systém obvykle detekuje zákazníky, kteří mají potenciál přejít ke konkurenci. Následně se realizuje **retenční kampaň**.



# RETENČNÍ AKTIVITY

**Proaktivní retenční aktivity** - Jsou v podstatě shodné se zákaznickou péčí, mají preventivní charakter. Cílem je mít spokojené zákazníky, tedy díky kvalitním službám, komplexní řízené komunikaci, věrnostním programům, atd. V případě, že se vyhodnotí nespokojený zákazník, zapracovat na tom, aby neodešel od služby.

**Reaktivní retenční aktivity** - Přichází v okamžiku, kdy nespokojený zákazník nějakým způsobem avizuje odchod. Zákaznický servis v tu chvíli přichází s tzv. retenční nabídkou, která je mimořádně výhodná, aby přesvědčila zákazníka, aby neodcházel od služby.



## **Rezervujte a získejte 10 % (až € 100)**

zpět na svůj další pobyt

Dobrý den,

uvažujete o rezervaci pobytu? Neplaťte víc, než musíte!

Vydejte se správným směrem a získejte po skončení svého pobytu odměnu ve výši 10 % zpět v podobě kreditů na cestování. Lze sčítat s našimi sezónními nabídkami a slevami Genius.

## Hezký den Michaelo,

schází Vám doma něco z kosmetiky, drogerie či zdraví? Nepochází Vám parfém, zubní pasta, kondicionér, léky nebo multivitamíny?

Získáváte **dopravu ZDARMA**  
na celý nákup. Ať Vám slouží!

KÓD

43LroAE0eN

*Kód zadejte do políčka v nákupním košíku a stiskněte tlačítko PŘIDAT. Platnost kódu je 14 dní a platí při objednávce nad 500 Kč.*



PŘEJÍT NAKUPOVAT

DĚKUJI ZA  
POZORNOST.

[natalie.marsalkova@canis.cz](mailto:natalie.marsalkova@canis.cz)

