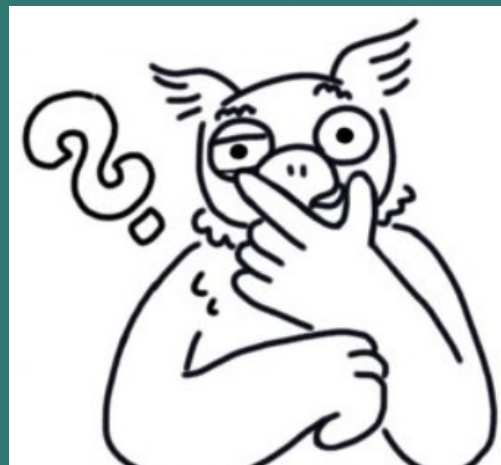


# CRM a opakování dosavadních znalostí z přednášek



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

**Ing. Radka Bauerová**

Seminář č. 4

20. 10. 2020

# CÍL SEMINÁŘE

---



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

1. Diskuze k případové studii v rámci problematiky CRM
2. Malý testík znalostí získaných na přednáškách
3. Vysvětlit úkol na příští seminář



# PŘÍPADOVÁ STUDIE - ŘÍZENÍ VZTAHŮ SE ZÁKAZNÍKY

**Zadání:** v týmu (2-3 studenti) vypracujte otázky orientované na řízení vztahů se zákazníky (případová studie je dostupná v IS → **Případová studie – profesor**). Vypracované studie **nekládejte do IS** (ani neposílejte na e-mail), pouze je mějte připravené na další seminář, na kterém bude probíhat krátká diskuze k tomuto úkolu.

## Otázky k případové studii:

1. Z jakého **důvodu** (kvalita zboží nebo kvalita služeb) se profesor stal „ztraceným zákazníkem“?
2. Co by řezníci mohli udělat proto, aby profesora znovu přilákali do svých prodejen? Uveďte **3 konkrétní kroky z oblasti řízení vztahů se zákazníky**, které byste na jejich místě udělali.
3. Vzpomeňte si na **nákupní zkušenost**, kdy se prodávající nebo jiný zástupce firmy choval nadstandardně a poskytl vám téměř dokonalé služby. Jaký vliv měla tato kvalita na výsledek nákupu? Poté se pokuste vzpomenout opačný příklad a také uveďte, jestli Vás situace nějak ovlivnila.



# DISKUZE K PŘÍPADOVÉ STUDII

---



SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

1. Z jakého **důvodu** (kvalita zboží nebo kvalita služeb) se profesor stal „ztraceným zákazníkem“?



# DISKUZE K PŘÍPADOVÉ STUDII

---



SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

2. Co by řezníci mohli udělat proto, aby profesora znovu přilákali do svých prodejen? Uveďte **3 konkrétní kroky z oblasti řízení vztahů se zákazníky**, které byste na jejich místě udělali.



# DISKUZE K PŘÍPADOVÉ STUDII



SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

3. Vzpomeňte si na **nákupní zkušenost**, kdy se prodávající nebo jiný zástupce firmy choval nadstandardně a poskytl vám téměř dokonalé služby. Jaký vliv měla tato kvalita na výsledek nákupu? Poté se pokuste vzpomenout opačný příklad a také uveďte, jestli Vás situace nějak ovlivnila.



# Rychlý testík z probraných přednášek

---



SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

## Otázka č. 1: Jaké světové vývojové trendy obchodu existují?

A) Tržní dominance a koncentrace, internacionalizace, CPE a elektronizace.

B) Tržní dominance a koncentrace, internacionalizace, sílící konkurence, diverzifikovaný marketing a globalizace.

C) První republika, CPE, atomizace, internacionalizace a koncentrace, konsolidace trhu.



## Rychlý testík z probraných přednášek

---



SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

**Otázka č. 2: Vývojový cyklus maloobchodního trhu sestává z jakých fází?**

A) Tento cyklus sestává z 5 fází. Konkrétně z fáze dětství, mládí, dospívání, dospělosti a zralosti.

B) Tento cyklus sestává ze 4 fází. Konkrétně ze zavádění, růstu zájmu, kulminace zájmu a zralosti, útlumu zájmu.

C) Tento cyklus sestává z 5 fází. Konkrétně z fáze vývojové, zaváděcí, růstové, fáze zralosti a fáze úpadku.

---



# Rychlý testík z probraných přednášek

---



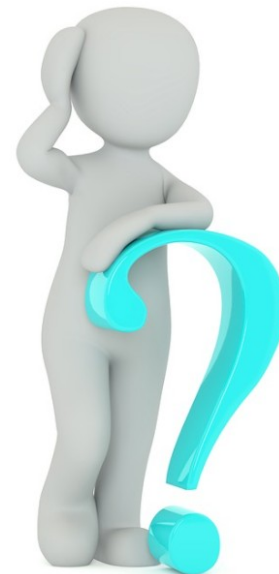
SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

## Otázka č. 3: Co je to internacionalizace obchodu?

A) Internacionalizace je rozšiřování obchodní činnosti intenzivní formou.

B) Tento pojem znamená rozšiřování obchodní činnosti firmy z mateřské země do zahraničí.

C) Tento pojem znamená růst velikosti obchodních společností, které získávají na trhu významné postavení – tzv. obchodních řetězců, které mají rozhodující vliv na dodavatele.



## Rychlý testík z probraných přednášek

---



SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

**Otázka č. 4: Jedním z vývojových trendů v obchodě je také tržní dominance. Která z těchto definic tento pojem vysvětluje?**

A) Tržní dominance je způsob, jak snižovat riziko vyvolané silnou konkurencí na obchodním trhu.

B) Tento pojem znamená rozšiřování obchodní činnosti firmy z mateřské země do zahraničí.

C) Tento pojem znamená růst velikosti obchodních společností, které získávají na trhu významné postavení – tzv. obchodních řetězců, které mají rozhodující vliv na dodavatele.

---

## Rychlý testík z probraných přednášek



SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

**Otázka č. 5: V rámci podnikatelských strategií jste si na přednášce uváděli 3 nejznámější. Jedna z těchto strategií vychází z tzv. křivky zkušenostního efektu. O jakou strategii se jedná?**

A) Strategie vedení cenou – Dělej to ve velkém

B) Strategie diferenciacce – Dělej to nově

C) Strategie zacílení – Dělej to, co na trhu chybí.



## Rychlý testík z probraných přednášek

---

**Otázka č. 6: V rámci podnikatelských strategií jste si na přednášce uváděli 3 nejznámější. Jedna z těchto strategií vychází z tzv. S-křivek. O jakou strategii se jedná?**

A) Strategie vedení cenou – Dělej to ve velkém

B) Strategie diferenciacce – Dělej to nově

C) Strategie zacílení – Dělej to, co na trhu chybí.

---

## Rychlý testík z probraných přednášek

---



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

**Otázka č. 7: Pokud obchodní organizace zaznamená pokles poptávky po určitém sortimentu, je vhodné, aby zvolila jednu konkrétní strategii. O jakou se v tomto případě jedná?**

A) Strategie Trading UP.

B) Strategie zacílení – Dělej to, co na trhu chybí.

C) Strategie Trading Down.

---

## Rychlý testík z probraných přednášek

---



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

**Otázka č. 8: Představte si situaci, že se retailingová společnost rozhodla vstoupit na nový zahraniční trh a jako nejvhodnější způsob, na základě analýzy trhu, zvolila důsledné přizpůsobení tomuto místnímu trhu. Jakou rozvojovou strategií tato společnost uplatnila?**

A) Globální strategii.

B) Transnacionální strategii.

C) Multinacionální strategii.



## Rychlý testík z probraných přednášek

---



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

**Otázka č. 9: V rámci vývoje marketingu můžeme hovořit o různých vývojových fázích. Jak se jmenuje ta, ve které hovoříme o holistickém přístupu k zákazníkům? (Dochází zde k řízení hodnoty zákazníka)**

A) Marketing 1.0

B) Marketing 2.0

C) Marketing 3.0

D) Marketing 4.0



# Rychlý testík z probraných přednášek

---



SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

## Otázka č. 10: Co je to CRM?

A) Je to software, který obchodní společnosti využívají v rámci svých marketingových aktivit.

B) Je to dlouhodobá firemní strategie zaměřená na budování solidních a oboustranně prospěšných vztahů se zákazníky.

C) Je to způsob, jakým obchodní společnosti komunikují se svými dodavateli.

---



# Rychlý testík z probraných přednášek

---

## Otázka č. 11: Co je to merchandising?

A) Jedná se o soubor činností, které mají za cíl zajistit správné zboží, na správné místo, ve správný čas a za správnou cenu.

B) Jedná se o členění zboží do kategorií, na základě sledování nákupních a spotřebních zvyklostí zákazníka.

C) Jedná se o součást transakčního marketingu.



# PRAKTICKÉ CVIČENÍ na příští seminář



SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

## **Vypracujte zadání praktického cvičení v týmech:**

- 2-4 studenti v týmu
- Praktické cvičení máte k dispozici v IS (složka semináře – Virtuální maloobchod)
- Úkol vložte do IS (odevzdávárna → úkoly ze seminářů → Úkol\_Virtuální maloobchod)
- Termín vypracování je do 25. 10. 2020

**Tým „manažeri“** - navrhnou pro již stávající produkt nový prodejní kanál. Vypracujte zadání předloženého příkladu. Zvolte si svého „výkonného ředitele společnosti (CEO)“, který následně zpracování přednese „představenstvu“ společnosti.

### **„Představenstvo“ - učitel**

V rámci diskuze na dalším semináři zformuluji pro a proti Vašich návrhů a rozhodnu, který návrh podpořím. Členové vítězného týmu obdrží 1 bonusový bod ke zkoušce. Na každém semináři bude vybrán 1 vítězný tým.



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

---

Děkuji za pozornost 😊

---

# Odkaz na nahrávaný seminář

---



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

<https://web.microsoftstream.com/video/8cb66d35-f4f8-4cb6-b416-1f94a433643c>

---