

Přínosy a bariéry CRM



**SILESIAN
UNIVERSITY**
SCHOOL OF BUSINESS
ADMINISTRATION IN KARVINA

Ing. Radka Bauerová, Ph.D.

Seminář č. 4

13. 10. 2021

CÍLE SEMINÁŘE



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

1. Krátký test pro zopakování vývojových změn v marketingu
2. Cvičení orientované na identifikaci cíle, přínosů a bariér CRM



PROCVIČENÍ TEORETICKÝCH ZNALOSTÍ Z PŘEDNÁŠKY

– rychlý test: 5 – 10 minut



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ



PROCVIČENÍ TEORETICKÝCH ZNALOSTÍ Z PŘEDNÁŠKY



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Jaké jsou hlavní úkoly CRM?

- Udržet si zákazníka – loajalita
- Poznat nejvyšší hodnotu zákazníka
- Zvyšovat hodnotu vnímanou zákazníkem
- Zaměřit se na ty vlastnosti výrobků, které pokládá zákazník za nejdůležitější



PROCVIČENÍ TEORETICKÝCH ZNALOSTÍ Z PŘEDNÁŠKY

Přiřad'te správně pojmy a jejich charakteristiky:

D-CRM

E-CRM

L-CRM

K-CRM

P-CRM

S-CRM

V-CRM

Diferencované
řízení vztahů se
zákazníky

Vedení
zákaznických
vztahů

Řízení vztahů se
zákazníky
prostřednictvím
tvorby sociálních
sítí

Řízení vztahů se
zákazníky
pomocí
elektronických
kontaktů

Řízení vztahů s
klíčovými
zákazníky

Řízení vztahů s
partnery

Řízení vztahů se
zákazníky na
základě tvorby
hodnoty.

CVIČENÍ – Identifikace cíle, přínosů a bariér CRM



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Týmová práce: 2 – 4 studenti. Předpokládaná časová náročnost:

- Zpracování: 20 minut
- Diskuze: 10 minut

V týmu si přečtete případové studie zaměřené na implementaci CRM do prostředí konkrétních firem. V tomto cvičení postupujte následovně:

- 1) Definujte, jaký je cíl CRM
- 2) U každé případové studie určete, jaké jsou přínosy zavedení CRM pro konkrétní firmu
- 3) U každé případové studie určete, jaké jsou přínosy zavedení CRM pro zákazníka.
- 4) U každé případové studie zkuste popsat, jaké bariéry se mohly při zavádění CRM vyskytnout.



ÚKOLY NA PŘÍŠTÍ SEMINÁŘ



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

1. Z přednášky si zopakujte problematiku hodnoty v marketingu a loajality zákazníků





Děkuji za pozornost



Máte dotazy?

