

# Psychologické aspekty CRM a základní přístupy k typologii zákazníků

## Analytické nástroje v HubSpot CRM



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

**Ing. Radka Bauerová, Ph.D.**

Seminář č. 10

23. 11. 2022

# CÍLE SEMINÁŘE

---



SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

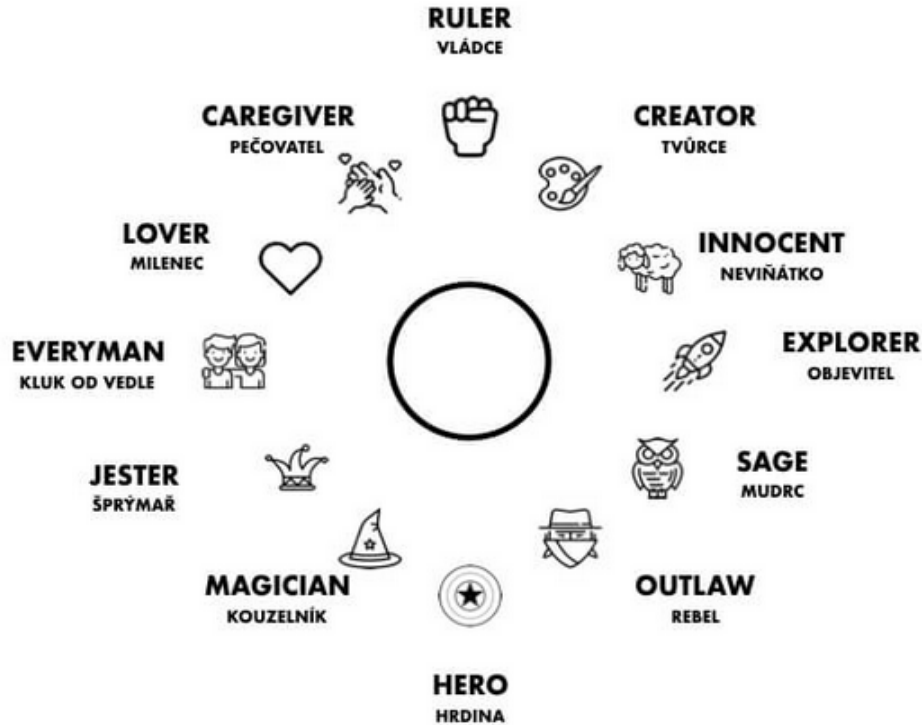
1. Cvičení na určování archetypů reálných značek a diskuze jejich využití v rámci CRM
2. Cvičení zařazení zákazníků do správného typu dle probraných typologií
3. Představení analytických nástrojů v HubSpot



# ARCHETYPY ZNAČKY



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ



# CVIČENÍ NA URČENÍ ARCHETYPŮ REÁLNÝCH ZNAČEK



SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVÍNĚ

- 1) Ke každému archetypu najděte příklad reálné značky.
- 2) Jaký archetyp vás nejlépe definuje jako spotřebitele a proč?

Archeotyp	Pomáhá zákazníkovi zbavit se	Pomáhá zákazníkovi
1. Tvůrce	prostřednosti	tvořit něco nového
2. Pečovatel	sobeckosti	pečovat o druhé
3. Vládce	chaosu	uplatnit kontrolu
4. Šprýmař	nudného života	bavit se
5. Obyčejný chlapík	hry na někoho jiného	být sám sebou
6. Milovník	být osamocen	najít si někoho, lásku
7. Hrdina	slabosti a bojácnosti	řešit vše s odvahou
8. Psanec	přílišného lpění na pravidlech	nedodržovat pravidla
9. Mág	negativních důsledků	změnit se
10. Nevinný	cynismu	zachovat si naději a víru
11. Cestovatel, průzkumník	stagnace	zachovat si nezávislost a pocit svobody
12. Mudrc	hlouposti a naivity, nechat se ošálit	pochopit svět kolem sebe

# PŘEDSTAVENÍ ANALYTICKÝCH NÁSTROJŮ V HUBSPOTU



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVÍNĚ



# PŘEDSTAVENÍ ANALYTICKÝCH NÁSTROJŮ V HUBSPOTU



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

Contacts ▾ Conversations ▾ Marketing ▾ Sales ▾ Service ▾ Automation ▾ Reports ▾ 🔍 📄 ⚙️ 🔔 👤 Slezská univerzita v Opavě ▾

## Marketing Email

Create email

Manage

Analyze

Health

BETA

Apple's new privacy features are here and may affect your open rates. Find out what these changes mean for your campaigns, and how you can prepare [here](#).

Email type: All emails ▾ Date range:  to

Export charts

How the % change is calculated

### Recipient engagement

Actions ▾

Date Range: From 9/25/2021 to 10/25/2021

SENT	OPEN RATE	CLICK RATE	CLICK-THROUGH RATE	REPLY RATE
1	100%	100%	100%	0%
1 Emails No change	1 Opened	1 Clicked	-	0 Replied

Chat Help

# PŘEDSTAVENÍ ANALYTICKÝCH NÁSTROJŮ V HUBSPOTU



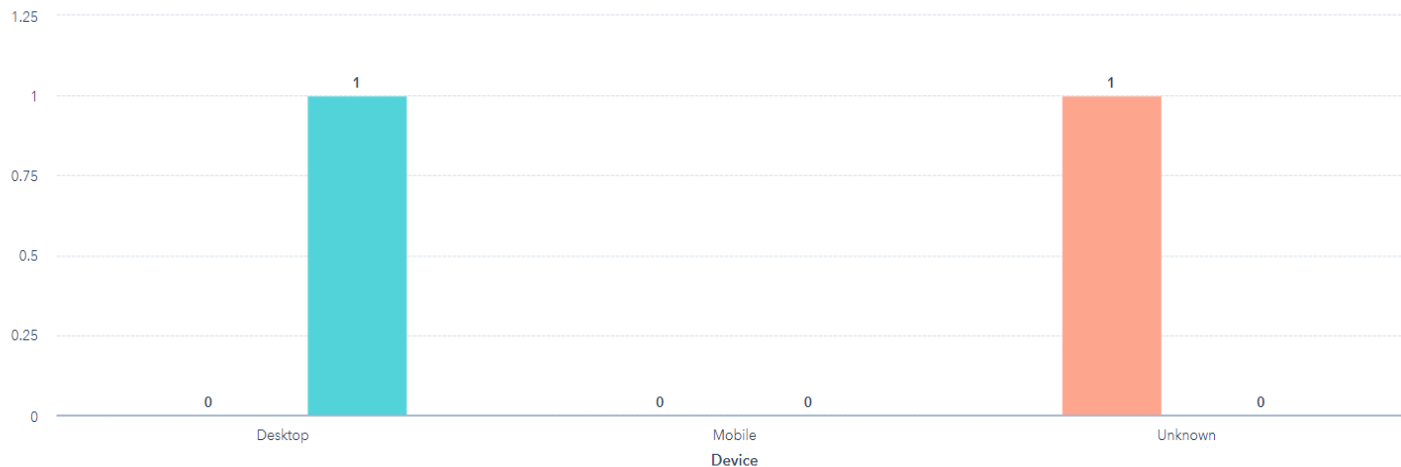
**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

Email performance reports

[Actions](#) ▾

Performance by device type

● Opened ● Clicks



# PŘEDSTAVENÍ ANALYTICKÝCH NÁSTROJŮ V HUBSPOTU



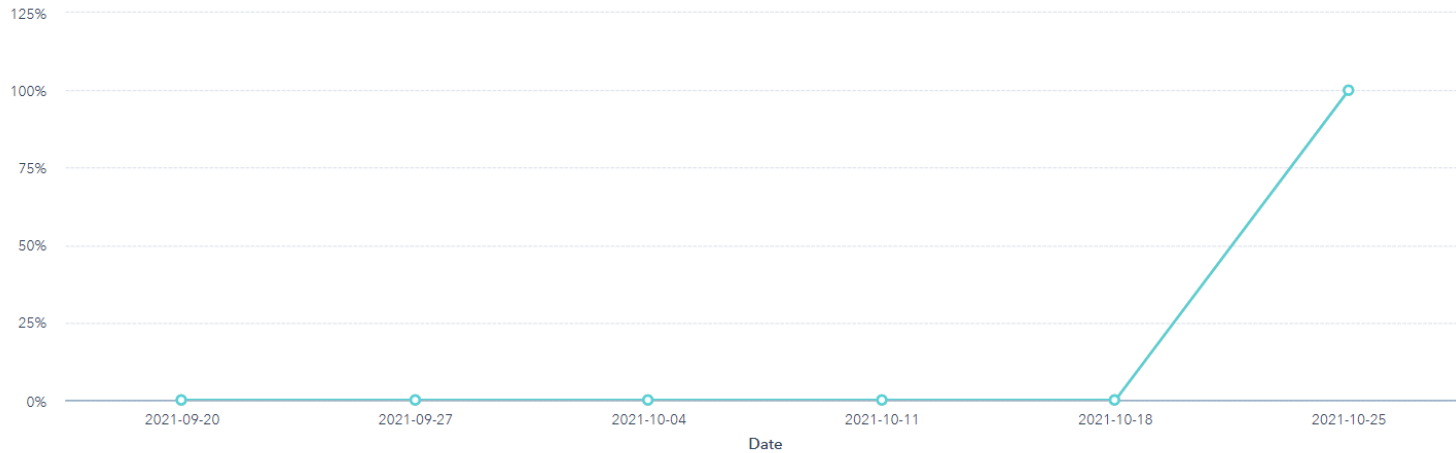
**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

## Email data chart

Frequency: **Weekly** ▾ Actions ▾

### Performance over time ▾

○ Click-through rate ○ Open rate



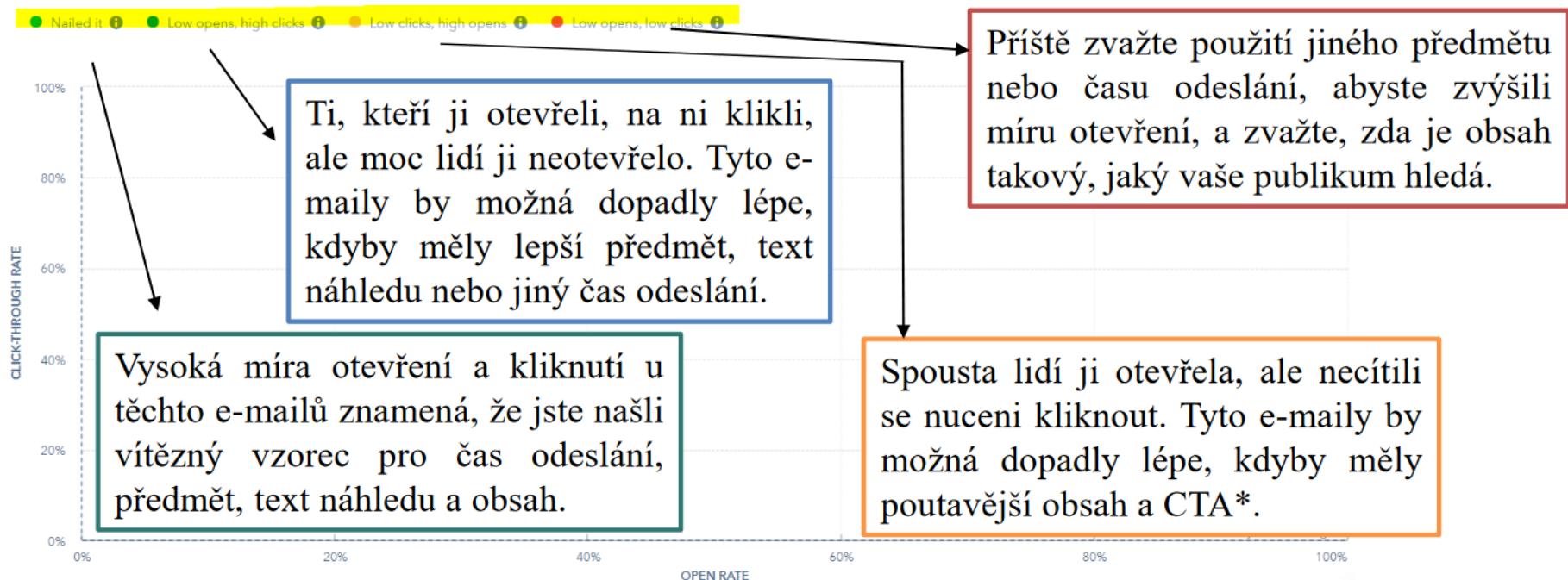


# PŘEDSTAVENÍ ANALYTICKÝCH NÁSTROJŮ V HUBSPOTU



SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

Email performance chart



\*Call to action je marketingový termín pro jakýkoli design, který má vyvolat okamžitou reakci nebo podpořit okamžitý prodej.



---

Děkuji za pozornost



Máte dotazy?

