CRM

PODSTATA, PŘÍNOSY A BARIÉRY

SILESIAN UNIVERSITY
SCHOOL OF BUSINESS ADMINISTRATION IN KARVINA

Ing. Radka Bauerová, Ph.D.

Seminář č. 3

12. 10. 2022

CÍLE SEMINÁŘE

SLEZSKÁ UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ FAKULTA V KARVINÉ

1. Krátký test pro zopakování základů v oblasti CRM
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 KARVINÉ

JAK BYSTE DEFINOVALI CRM?

SLEZSKÁ UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ FAKULTA V KARVINÉ

STRATEGIE **A/NEBO?** **SOFTWARE**

…bude určovat přístup firmy ke vztahům se zákazníky

A

…systém CRM pomůže s její realizací

JAK BYSTE DEFINOVALI CRM?

SLEZSKÁ UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ FAKULTA V KARVINÉ

„Když mluvíme o CRM, obvykle máme na mysli CRM systém jako nástroj…“ Salesforce

JAKÉ JSOU HLAVNÍ ÚKOLY CRM?

SLEZSKÁ UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ FAKULTA V KARVINÉ

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

CVIČENÍ – Identifikace cíle, přínosů a bariér CRM

SLEZSKÁ UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ FAKULTA V KARVINÉ

Týmová práce: 2 – 4 studenti. Předpokládaná časová náročnost:
- Zpracování: 20 minut
- Diskuze: 10 minut

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

1) Definujte, jaký je cíl CRM.
2) Na základě přečtení předložených případových studií určete, jaké mohou být přínosy zavedení CRM pro firmu a jaké mohou být přínosy zavedení CRM pro zákazníka.
3) Na základě přečtení předložených případových studií zkuste popsat, jaké bariéry se mohly při zavádění CRM do firemních procesů objevit.

ÚKOLY NA PŘÍŠTÍ SEMINÁŘ

SLEZSKÁ UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ FAKULTA V KARVINÉ

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

Děkuji za pozornost

☺

Máte dotazy?