

Architektura CRM



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

Ing. Radka Bauerová, Ph.D.

Seminář č. 5

29. 10. 2024

CÍLE SEMINÁŘE



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

1. Vyhodnocení týmového cvičení z minulého semináře
2. Krátký test pro zopakování strategické analytické části
3. Výkop k seminární práci – specifikace fiktivní firmy a její CRM strategie.



Týmové cvičení - Jak zvýšit loajalitu zákazníků?

Vyhodnocení



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ



1. Jakou firmu jste si vybrali a co navrhujete pro zvýšení loajalitu u jejich zákazníků?
2. Jakou odhadujete **finanční a časovou náročnost** svého nápadu?
3. Jaká bude **náročnost na lidský kapitál**?
4. Posuďte **benefity a náklady** Vašeho návrhu. Je návrh relevantní při současné finanční situaci vybrané firmy? Jak to posoudíte?

PROCVIČENÍ TEORETICKÝCH ZNALOSTÍ Z PŘEDNÁŠKY

– rychlý test: 5 – 10 minut



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ



Jaké zákaznické strategie znáte?



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

**Strategie masového
marketingu**

Strategie cílení na segmenty

Jaké znáte typy CRM strategií?



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Rozdělte se do týmů (min. 3 týmy/seminář) – každý tým si vylosuje jednu CRM strategii v rámci které zodpoví otázky z odpovědníku.

Masová personalizace

Masová kastomizace

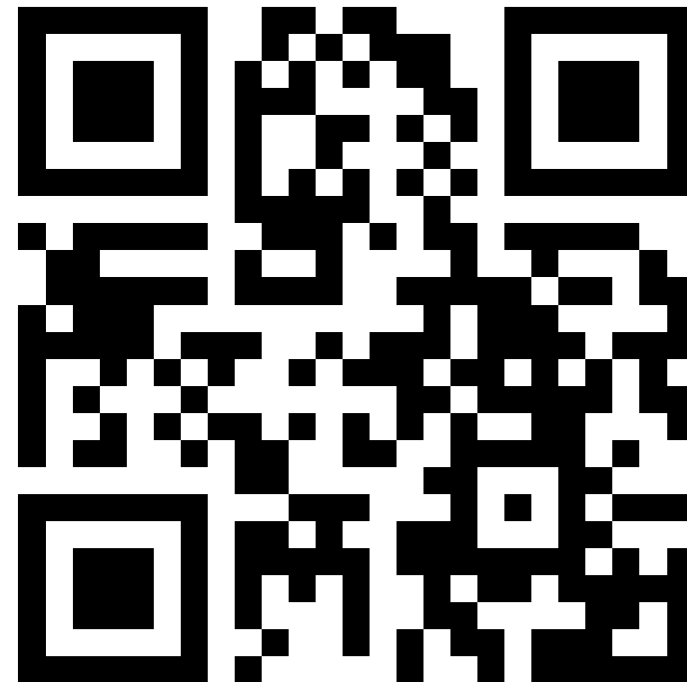
Diferencovaná kastomizace



PŘEDSTAVENÍ VYLOSOVANÝCH STRATEGIÍ



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ



Můžeme si stanovit několik cílů implementace CRM?



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ



Charakterizujte analytickou část CRM



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ



VÝKOP SEMINÁRNÍ PRÁCE



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Týmová práce: v týmu studentů, se kterými budete pracovat na seminární práci

V týmu popřemýšlejte o své fiktivní společnosti a pokuste se ji specifikovat. K tomu vám mohou pomoci odpovědi na následující otázky:

- 1) Jak se Vaše firma bude jmenovat? Proč?
- 2) Jaký produkt budete jako firma prodávat? Proč? (produkt vytvořte a nafot'te, nebo nakreslete)
- 3) Jak bude vypadat Vaše logo? Proč?
- 4) Jaká je mise a vize Vaší společnosti?
- 5) Na jaké zákaznické segmenty se zaměříte?
- 6) Jaká bude Vaše CRM strategie? (skripta viz strana 91 – 93)
- 7) Jaká bude míra požadované úspěšnosti Vaší e-mailové komunikace? Podle čeho jste si ji nastavili?





SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Děkuji za pozornost



Máte dotazy?

