

POSLOVNI PRIRUČNIK

OSNOVE UPRAVLJANJA ODNOSIMA SA KUPCIMA

Tuzla, 01.12.2011. godine

Izjava o autorskim pravima:

SoftConsulting s.p. Tuzla™ polaže autorska i vlasnička prava na sadržaj Poslovnog priručnika – Osnove upravljanja odnosima sa kupcima.

Prenošene cjelokupnog ili dijela sadržaja na koje autorsko i vlasničko pravo polaže SoftConsulting, s.p. Tuzla nije dozvoljeno bez pismene saglasnosti vlasnika autorskog prava.

Prenošenje, kopiranje, te dalja komercijalna i nekomercijalna distribucija sadržaja na koje autorsko i vlasničko pravo polaže SoftConsulting, s.p. Tuzla bez pismene saglasnosti vlasnika autorskog prava podliježe odredbama Zakona o autorskim i srodnim pravima BiH.

Broj protokola: SC –

Broj primjeraka: ____

Zvanična ovjera primjerka:

Sadržaj	Stranica
1. Uvod	4
2. Definicija, značaj i važnost upravljanja odnosima sa kupcima	4
3. Proces upravljanja odnosima sa kupcima	5
4. Ciljevi upravljanja odnosima sa kupcima	7
4.1. Prikupljanje informacija i kreiranje baze podataka	7
4.2. Uspostavljanje i održavanje poslovnog odnosa sa kupcima	8
4.3. Zadovoljavanje potreba i usluživanje kupaca	9
4.4. Obavještanje kupaca i postprodajne aktivnosti	9
5. Vrste upravljanja odnosima sa kupcima	11
5.1. Prva komunikacija	11
5.2. Zakazivanje poslovnog sastanka	11
5.3. Prezentacija (predstavljanje) kompanije	12
5.4. Kreiranje i vrste ponude	12
5.5. Aktivnosti na realizaciji ponude	14
5.6. Reklamacije i urgencije kupaca	14
5.7. Prigovori i izgovori kupaca	14
5.8. Izgradnja odnosa sa lojalnim kupcima	15
5.9. Poslovno pregovaranje i stilovi komuniciranja sa kupcima	15
6. Organizacija poslovne funkcije za upravljanje odnosima sa kupcima	18
Prilog 1 – Popis faza u upravljanju odnosima sa kupcima	20
Prilog 2 – Osnovna baza podataka o kupcima (excel tabela i word dopis)	-