

POSLOVNI PRIRUČNIK

OSNOVE PRIMJENE CRM-a

Tuzla, 01.08.2015. godine

Izjava o autorskim pravima:

SoftConsulting s.p. Tuzla ® polaže autorska i vlasnička prava na sadržaj Poslovnog priručnika – Osnove primjene CRM-a.

Prenošenje 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. CRM alati za primjenu naprednih tehnika prodaje i poslovne komunikacije	5
2.1. Značaj implementacije CRM alata za poslovne procese i komunikaciju	5
2.2. Značaj implementacije CRM alata za segmentaciju tržišta	6
3. CRM alati za unapređenje poslovnih odnosa sa klijentima	7
3.1. Primjena CRM alata kroz pristup usmjeren na potrebe klijenata	8
3.2. Značaj CRM alata za upravljanje iskustvom sa klijentom	9
3.3. Upotreba CRM alata za personalizirani odnos sa klijentom	10
3.4. CRM alati za istraživanje stepena zadovoljstva i lojalnosti klijenata	11
3.5. CRM analiza: kako prepoznati potrebe, želje i navike klijenata?	12
3.6. Upotreba CRM alata na društvenim mrežama	13
4. CRM alati za analizu podataka o klijentima	14
4.1. CRM alati kao IT podrška za analizu podataka o klijentima	14
4.2. Značaj primjene društvenih mreža, kao CRM alata, za analizu podataka	16
4.3. Adekvatna CRM analitika i poslovni analitičar	17
5. Planiranje organizacijskih promjena i promjena CRM sistema	17
5.1. Kako primjenom CRM alata prepoznati promjene potreba klijenata?	19
5.2. Upravljanje promjenama: klijenti, potrebe, procesi i IT alati	20
6. Upravljanje odnosima sa klijentima i digitalno komuniciranje	21
7. Implementacija CRM alata i automatizacija poslovnih procesa	22
7.1. Unapređenje tradicionalnog CRM-a i automatizacija poslovnih procesa	23
- Prilog: Osnovne definicije pojmova	26 -27