

Architektura CRM



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

Ing. Radka BauEROVÁ, Ph.D.
**-v zastoupení Ing. Lucie
Vavrušková**
Seminář č. 5
26. 10. 2022

CÍLE SEMINÁŘE



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

1. Krátký test pro zopakování strategické a analytické části
2. Výkop k seminární práci – specifikace fiktivní firmy a její CRM strategie.



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



Jaké znáte typy CRM strategií?



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ



Masová personalizace

Diferencovaná kastomizace

Masová kastomizace

Diferencované CRM

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 90 – 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?

