

Vztahový marketing a CRM – Model 6 trhů

Možnosti zpracování: v týmu (2 - 4 studenti)

Bodové ohodnocení: 1 bod

Jména a příjmení členů týmu:

Zadání:

V týmu vypracujte cvičení věnované Modelu 6 trhů od Christophera, Payna a Ballantyna (1991). V týmu si vytvořte Model 6 trhů pro firmu Nike, která je globálním lídrem ve sportovním oděvu a obuvi a aktivně zapojuje mladé lidi do svých marketingových a inovačních aktivit.

Postup zpracování:

- Identifikujte klíčové „stakeholdery“ v rámci modelu 6 trhů pro firmu Nike.
 - Charakterizujte vzájemné vztahy z pohledu služeb, které si mezi sebou vzájemně vyměňují.
 - Vysvětlete v čem je identifikace „stakeholderů“ a vzájemných vztahů důležitá?
-

Trhy zákazníků

-stakeholdeři:

-popis vzájemných vztahů:

Trhy potenciálních zaměstnanců

-stakeholdeři:

-popis vzájemných vztahů:

Trhy „ovlivňovatelů“

-stakeholdeři:

-popis vzájemných vztahů:

Vztahový marketing a CRM – Model 6 trhů

Interní trhy

-stakeholderi:

-popis vzájemných vztahů:

Referenční trhy

-stakeholderi:

-popis vzájemných vztahů:

Trhy dodavatelů/kooperujících partnerů

-stakeholderi:

-popis vzájemných vztahů:

V čem je identifikace „stakeholderů“ a vzájemných vztahů důležitá?