

Trening 'CRM - Efektno upravljanje odnosima sa kupcem'

Kvalitetni odnosi sa kupcem, kao osnovni preduslov profitabilnosti i konkurentnosti na tržištu?

Cilj treninga

- Da poboljšate razumevanje sopstvene baze korisnika.
- Da značajno smanjite troškove poslovnog komuniciranja.
- Da predvidite ponašanja vaših kupaca i pravilno reagujete.
- Da povećate relevantnost svojih marketinških poruka.
- Da ostvarite i održite kvalitetne odnose sa vašim kupcima.
- Da ostvarite održivu konkurentnu prednost na tržištu.

Kome je namenjen?

- Članovima uprave na svim nivoima u velikim i srednjim preduzećima
- Vlasnicima i direktorima malih preduzeća - preduzetnicima
- Svim poslovnim ljudima koji žele poboljšati svoje menadžerske sposobnosti i unaprediti odnose sa kupcima.

Sadržaj treninga

- Potrebe za CRM-om
- Velika trojka (CVM, EVM i CRM)
- Operativni CRM
- Analitički CRM
- Interaktivni CRM
- CRM u našim uslovima

Način rada

- Primenom savremenih metoda učenja kroz akciju s intenzivnim korišćenjem grupnog rada uz direktno učešće svakog pojedinca
- Metodologijom intenzivnog komuniciranja u nastavi: timski rad, vođenje timova, učestvovanje u timu i prezentacija rezultata.
- Izvođenjem niza vežbi i primera (studije slučaja) vezanih za oblast upravljanja odnosima sa kupcem.
- Pružanjem prilike da učesnici realno procene svoje mesto i mogućnosti u odnosu na konkurenciju

Predavači:

Prof. dr **Milan Kukrika**, Evropska organizacija za kvalitet

Dipl. ing. **Miodrag Kostić**, Direktor VEZA d.o.o.

Trajanje treninga je 2 radna dana (14 sati) - **Predznanje:** osnove savremenog poslovanja

Plan treninga «CRM - Efektivno upravljanje odnosima sa kupcem»

Kvalitetni odnosi sa kupcima, kao osnovni preduslov profitabilnosti i konkurentnosti na globalnom tržištu?

Treneri: Predavač Milan Kukrika, radionice Miodrag Kostić

1 dan

Vreme	Naziv dela treninga	Cilj	Aktivnost
09.00-09.15	Kafa dobrodošlice, okupljanje	Ice breaker.	
09.15-09.30	Pozdravna reč, podela materijala, upoznavanje sa polaznicima, predstavljanje predavača	Ciljevi treninga, predstavljanje učesnika.	
09.30-11.00	prvi modul		
09.30-10.15	Uvod. Osnovne definicije i pojmovi.	Predstavljanje osnovnih pojmova CRM-a.	Teorijski deo
10.15-10.30	Prikaz video materijala sa studijom slučaja.	Videti primer kvalitetnog CRM-a.	Studija slučaja
10.30-11.00	Praktična vežba – Formular - Ako je CRM odgovor šta je onda pitanje?	Kako shvatate pojam CRM-a?	Radionica-vežba
11.00-11.30	Pauza za kafu		
11.30-13.00	drugi modul		
11.30-12.30	Velika trojka (CVM, EVM CRM) Pretpostavke za uspešnu implementaciju CRM-a	Ukazati na najveće grehe dosadašnjih pokušaja primene CRM-a koje bi po svaku cenu trebalo izbeći	Teorijski deo
12.30-13.30	Gost, predstavnik firme koja uspešno primenjuje CRM	Praktični primer uspešne primene CRM-a Srbiji.	Studija slučaja
13.00-14.00	Pauza za ručak		
14.00-15.30	treći modul		
14.00-14.45	Menadžment vrednošću kupca (CVM -Customer value management)	Odgovoriti na dva ključna pitanja: (1) Kako da prepoznam potrebe kupca? (2) U koje kupce ima smisla investirati?	Teorijski deo
14.45-15.30	Praktična vežba – Formular – Prepoznajte potrebe kupca.	Aktivno učešće polaznika treninga.	Radionica-vežba
15.30-16.00	Pauza za kafu		
16.00-17.00	četvrti modul		
16.00-16.30	Modeli zadovoljstva kupca. Kako zadržati najvrednije kupce?	Ukazati na to šta izluđuje, šta zadovoljava, a šta oduševljava kupca	Teorijski deo
16.30-17.00	Pitanja i odgovori	Interakcija polaznika.	

2 dan

Vreme	Naziv dela treninga	Cilj	Aktivnost
09.00-09.15	Kafa dobrodošlice, okupljanje	Ice breaker.	
09.15-09.30	Ukratko, rekapitulacija prethodnog dana.	Podsetiti učesnike na pređeno gradivo.	
09.30-11.00	prvi modul		
09.30-10.30	Menadžment vrednošću zaposlenih (EVM – Employee value management) Kako zadržati najvrednije zaposlene?	Prikazati ključne komponente koje utiču na zadovoljstvo zaposlenog i model zrelosti upravljanja ljudskim potencijalima.	Teorijski deo
10.30-11.00	Praktična vežba – Formular – (VPS) Ako je kupac kralj, zaposleni je princ.	Aktivno učešće polaznika treninga.	Radionica-vežba
11.00-11.30	Pauza za kafu		
11.30-13.00	drugi modul		
11.30-12.30	Operativni CRM Kako se sve može stići do do kupca? Interaktivni CRM Organizacija 'Call' centara	Objasniti kakvu ulogu ima informaciona tehnologija u stvaranju vrednosti za klijente. Objasniti šta su to trenuci istine	Teorijski deo
12.30-13.00	Gost, predstavnik kompanije koja uspešno ostvaruje kvalitetni odnos sa kupcima.	Praktični primer uspešnog ostvarenja kvalitetnog odnosa sa kupcem.	Studija slučaja
13.00-14.00	Pauza za ručak		
14.00-15.30	treći modul		
14.00-15.00	Analitički CRM -identifikuj -izdiferenciraj - maksimalno prilagodi pojedincu	Objasniti kakvu ulogu ima informaciona tehnologija u podršci prodajnoj sili, ciljanim kampanjama i 1:1 marketingu	Teorijski deo
15.00-15.30	Praktična vežba – Formular – Kopernikova revolucija – kako staviti kupca u centar univerzuma	Aktivno učešće polaznika treninga.	Radionica-vežba
15.30-16.00	Pauza za kafu		
16.00-17.00	četvrti modul		
16.00-16.30	CRM u našim uslovima Podela sertifikata	Usmerite vašu energiju	Radionica-vežba
16.30-17.00	Pitanja i odgovori	Interakcija polaznika.	