

Sadržaj

RELATIONSHIP MANAGEMENT – CRM) POJAM I DEFINICIJA.....	24
5. BAZIČNA STRUKTURA CRM-a - ARHITEKTURA UPRAVLJANJA ODNOSOM SA POTROŠAČIMA	39
5.1. OPERATIVNI CRM.....	41
5.2. ANALITIČKI CRM.....	42
5.3. KOLABORATIVNI CRM.....	43
6. CRM SOFTVER - TRZIŠTE I REŠENJA.....	46
6.1. PROIZVOĐAČI SOFTVERSKIH REŠENJA.....	49
7. USPEŠI I NEUSPEŠI U IMPLEMENTACIJI CRM REŠENJA.....	51
7.1. PRIMER USPEŠNE IMPLEMENTACIJE CRM-a.....	55
7.2. PRIMER NEUSPEŠNE IMPLEMENTACIJE CRM-a.....	56
7.3. SVAKODNEVNI PRIMER IMPLEMENTACIJE CRM-a.....	57
8. UPRAVLJANJE ODNOSOM SA POTROŠAČIMA (CRM) U SRBIJI.....	58
Literatura.....	62

Uvodna reč

Cilj ovog rada je da predstavi koncept upravljanja odnosom sa potrošačima (Customer Relationship Management - CRM) sa aspekta integracije upravljanjem odnosom sa potrošačem u menadžment totalnog kvaliteta TQM, kao integralnog dela savremenih poslovnih procesa.

Koncept će biti predstavljen kroz objašnjavanje pojma kvaliteta, predstavljanjem guru-a ili očeva kvaliteta posle drugog svetskog rata, kao i pojma CRM-a.

Zatim predstavljanje CRM-a kao poslovne strategije preduzeća koja se temelji na osnovnim načelima odnosa sa potrošačima. Sledi predstavljanje strukture odnosa sa potrošačima- arhitekture samog upravljanja koja je temelj raznim tipovima softverskih rešenja, kompanije koje su ušle u trku razvoja CRM softvera , kao i studije slučaja uspešnog i neuspešnog implementiranja CRM strategije.

Na kraju sledi viđenje Srbije u smeru usklađivanja poslovanja prema EU tržištu i otvaranju tržišta prema svetu, i samim tim potrošačima u Srbiji koji imaju način da postanu „diktatori“ u svojim zahtevima prema kvalitetu .

1. Istorija i razvoj kvaliteta

Određene aktivnosti merenja i kontrolisanja primećene su jos na detaljima egipatskog zidnog slikarstva još 1450. godine pre nove ere. Dobro koncipiran metod gradnje, precizni merni instrumenti učinili su da komadi kamena za piramide budu klesani zapanjujućom preciznošću. Jos nije sa velikom sigurnošću utvrđeno kada se pojavio koncept kvaliteta ali sasvim sigurno je da se kvalitet pojavio pre mnogo godina.

U primitivnim društvenim zajednicama sakupljači hrane su se neretko suočavali sa dilemom da li su plodovi na koje su nailazili bili za jelo ili ne. Isto tako su prvi lovci morali odabrati drvo najboljih karakteristika za svoje lukove i strele kako bi na što efikasniji način ulovili divljač.

Kako je vreme odmicalo sela su izrastala u varošice i gradove, a bolja sredstva transporta otvorila su mogućnost međuregionalne trgovine. U novonastalim okolnostima proizvođač i kupac se nisu susretali licem u lice na seoskim pijacama.

----- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE PREUZETI NA SAJTU. -----

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: maturskiradovi.net@gmail.com