

# **SEMINARSKI RAD**

**Tema: Menadzment odnos sa potrosacima**

**Profesor:**

**Student:**

**2009.**

## UVOD

### CRM (Customer Relationship Management) – ODNOS SA POTROŠAČIMA

Kreiranje poslovnih strategija i kvalitet poslovnog okruženja bitni su preduslovi za jačanje konkurentnosti privrede. Otuda je poražavajuća činjenica da je shodno ovim kriterijumima, prema Global Competitiveness Raport 2006, Srbija rangirana na 86. poziciju (iza Makedonije, Armenije, Namibije...) od ukupno 116 zemalja u svetu. Unapredjenje konkurentnosti Srbije treba tražiti u pomeranju fokusa na mikroekonomski nivo donošenja poslovnih odluka, kao i u prihvatanju nove filozofije privredjivanja - strategijskom upravljanju i inovativnosti. Jedan od načina kojima se može značajno uticati na podizanje nivoa konkurentnosti je razvoj koncepta CRM (Customer Relationship Management).

CRM (Customer Relationship Management) ili upravljanje odnosima sa potrošačem predstavlja relativno mlad koncept, koji se zahvaljujući promenama u menadžmentu, strategijskom poslovnom planiranju i personalizovanom servisu potrošača, sve više razvija. U savremenoj tržišnoj privredi, paralelno sa razvojem računarske tehnologije, Interneta i softvera za kreiranje baza podataka, prioritet poslovne aktivnosti postaje dvosmerna komunikacija preduzeća i potrošača proizvoda ili korisnika usluga.

Internet tehnologija utiče na promene poslovnih transakcija od push strategije proizvoda do pull strategije kupca, odnosno na promene koje će rezultirati i promenom pozicije kupca u lancu vrednosti. Otuda je bitno sagledati osnovne dimenzije Customer Relationship Managementa:

- Customer selection (identifikacija, selekcija)
- Customer acquisition (privlačenje)
- Customer retention (zadržavanje)
- Customer growth (rast, održavanje dugoročnih odnosa)

Za razliku od transakcionog marketinga, koji se zasniva na ideji da se utiče na potrošača, kako bi se transakcija što brže i lakše obavila, novim konceptom marketinga i menadžmenta odnosa, insistira se na uspostavljanju i održavanju kontakta sa svakim pojedinim kupcem i onda kada je transakcija završena, što značajno doprinosi povećanju konkurentne prednosti preduzeća. Istraživanje sprovedeno tokom 2006. godine u EU je potvrdilo da firme koje nemaju razvijen CRM:

- u proseku izgube 50% svojih klijenata svakih pet godina,
- oko 65% od svih izgubljenih klijenata je otišlo zbog loše usluge i komunikacije,
- troškovi pridobijanja novog klijenta su pet puta viši nego troškovi zadržavanja starog.

Za razliku od njih, firme koje imaju razvijen CRM koncept:

- rastu skoro 60% brže od konkurencije koja nema razvijen CRM,
- proširuju tržište za 6% godišnje,
- naplaćuju 10% više za svoje proizvode,
- ostvaruju povratak na investiciju (ROI) od 12%,
- povećanje odanosti klijenata za 5% može da rezultira u povećanju profitabilnosti od 25% - 85%.

## 2. CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) KONCEPT

Upravljanje odnosima sa potrošačima (CRM) nova je oblast menadžmenta s fokusom na strategiji razvoja dugoročnih odnosa sa potrošačima. Koncept se u velikoj meri poklapa sa konceptom relationship marketinga, ali ima i bitnih razlika. U odnosu na relationship marketing CRM problem dugoročnih odnosa sa potrošačima analizira dublje, polazeći od svih elemenata i to od uspostavljanja organizacione strukture i ostalih pretpostavki razvoja (poslovna kultura i sl.) do samih programa

---- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE PREUZETI  
NA SAJTU [WWW.MATURSKI.NET](http://WWW.MATURSKI.NET) ----

[BESPLATNI GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI TEKST](http://WWW.SEMINARSKIRAD.ORG)  
RAZMENA LINKOVA - RAZMENA RADOVA  
RADOVI IZ SVIH OBLASTI, POWERPOINT PREZENTACIJE I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJALI.

[WWW.SEMINARSKIRAD.ORG](http://WWW.SEMINARSKIRAD.ORG)  
[WWW.MAGISTARSKI.COM](http://WWW.MAGISTARSKI.COM)  
[WWW.MATURSKIRADOVI.NET](http://WWW.MATURSKIRADOVI.NET)



NA NAŠIM SAJTOVIMA MOŽETE PRONAĆI SVE, BILO DA JE TO [SEMINARSKI](#), [DIPLOMSKI](#) ILI [MATURSKI](#) RAD, POWERPOINT PREZENTACIJA I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJAL. ZA RAZLIKU OD OSTALIH MI VAM PRUŽAMO DA POGLEDATE SVAKI RAD, NJEGOV SADRŽAJ I PRVE TRI STRANE TAKO DA MOŽETE TAČNO DA ODABERETE ONO ŠTO VAM U POTPUNOSTI ODGOVARA. U BAZI SE NALAZE [GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI RADOVI](#) KOJE MOŽETE SKINUTI I UZ NJIHOVU POMOĆ NAPRAVITI JEDINSTVEN I UNIKATAN RAD. AKO U [BAZI](#) NE NAĐETE RAD KOJI VAM JE POTREBAN, U SVAKOM MOMENTU MOŽETE NARUČITI DA VAM SE IZRADI NOVI, UNIKATAN SEMINARSKI ILI NEKI DRUGI RAD RAD NA LINKU [IZRADA RADOVA](#). PITANJA I ODGOVORE MOŽETE DOBITI NA

NAŠEM [FORUMU](#) ILI NA [maturskiradovi.net@gmail.com](mailto:maturskiradovi.net@gmail.com)