

Ekonomiczny Uniwersytet Dziecięcy



Marketing: relacje z klientami Istota relacji z klientami

mgr Marta Grybś-Kabocik

Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach

24 kwietnia 2017r.

Organizatorzy



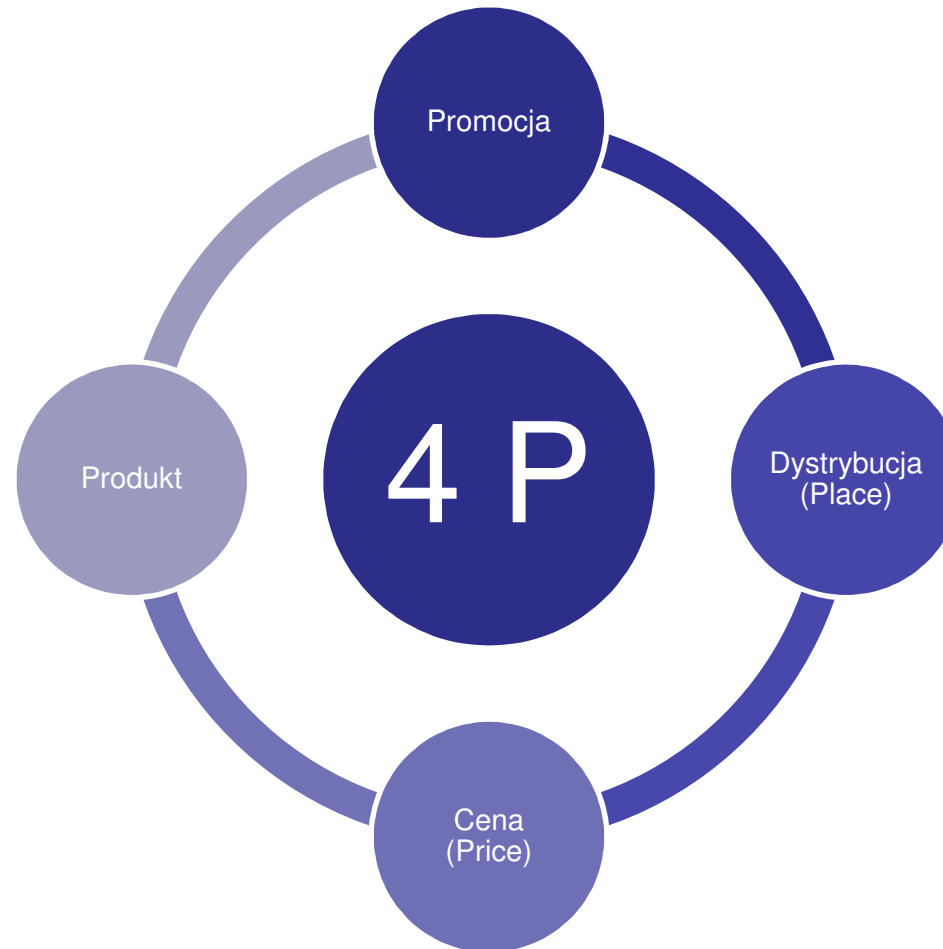
Co to jest marketing?

Czym jest marketing

- Rozpoznanie i zaspokajanie potrzeb konsumentów, przy jednoczesnym zapewnieniu zysku dla przedsiębiorstwa



Koncepcja marketingu mix



Produkt

- Opakowanie
- Marka
- Jakość
- Cechy
- Rozmiar
- Gwarancja
- Zmienność



onyks²

czarny

srebrny

złoty

różowe złoto

Promocja

- Promocja sprzedaży
- Reklama
- Marketing bezpośredni
- Public relations
- Online marketing



Dystrybucja

- Kanały dystrybucji
- Transport
- Zapasy
- Zasięg terytorialny
- Oferowany asortyment



Jak firmy budują relacje z klientami?

Jaki firmy budują relacje z klientami?

- Komunikacja
- Promocja
- Jakość
- Dostępność
- Obsługa (przed, w trakcie i po zakupie np. reklamacje)
- Cena
- Cechy produktu
- Programy lojalnościowe



Czy budowanie relacji z klientami jest ważne?

Czy budowanie relacji z klientami jest ważne?

- Zadowolony klient, powie jednemu znajomemu o firmie, niezadowolony dziesięciu...
- Budowanie pozytywnego wizerunku firmy
- Budowanie satysfakcji klienta
- Budowanie lojalności klienta

Lojalność klienta

- Klient wraca, kupuje 2, 3, 4.....raz
- Klient kupuje coraz więcej
- Klient kupuje dodatkowe produkty
- Klient poleca firmę/markę/produkt innym klientom
- Klient ma zaufanie do firmy/marki/produktu
- Klient emocjonalnie identyfikuje się z marką

Program lojalnościowy – jeden ze sposobów budowania lojalności

- Długofalowe działanie, które stanowi część strategii firmy, umożliwia np. wywoływanie zachowań zakupowych klientów.
- Jest narzędziem komunikacji pomiędzy firmą a uczestnikiem programu oraz dostarcza obustronnych korzyści

Warsztat

- Zaprojektujcie program lojalnościowy dla Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach (jak by się nazywał i jakie dawał korzyści)
- Dla kogo byłby to program lojalnościowy
- Jak byście go promowali