

# Ekonomiczny Uniwersytet Dziecięcy



## Jak przebiegają współczesne decyzje zakupowe?

dr hab. Bartosz Deszczyński

Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu

25.03.2023 r.

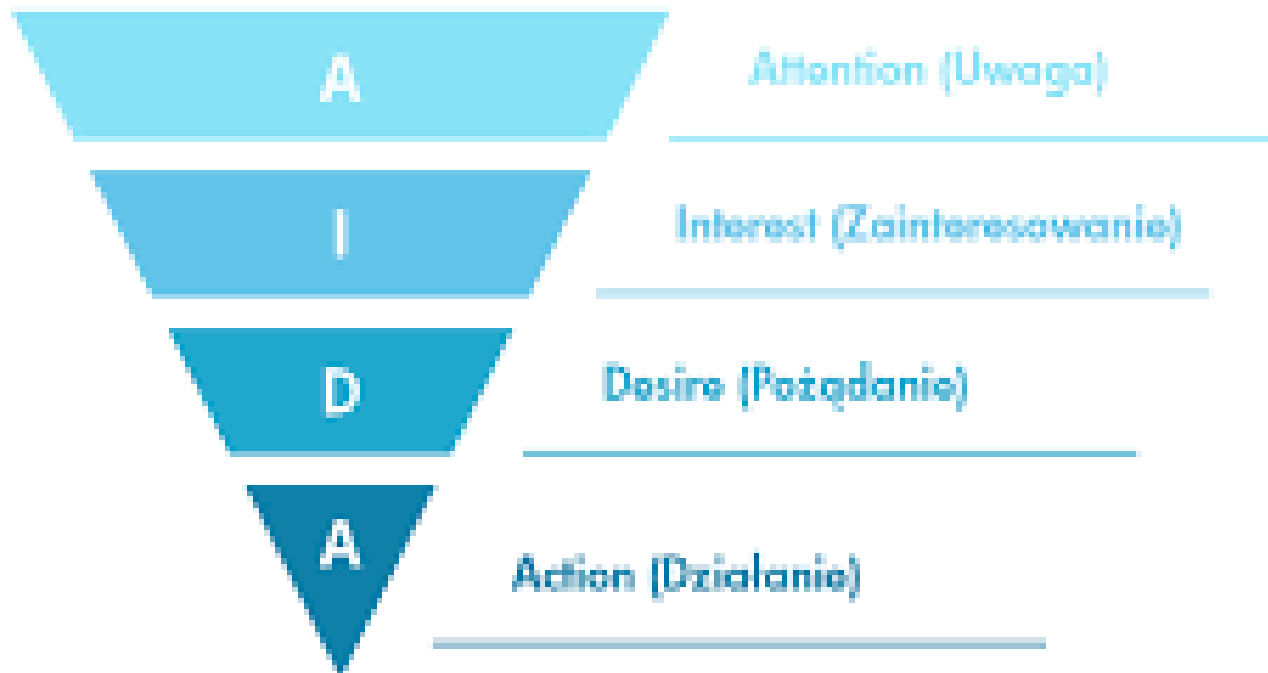
Organizatorzy



UNIWERSYTET  
EKONOMICZNY  
W POZNANIU

# Modele zakupowe

## Model AIDA

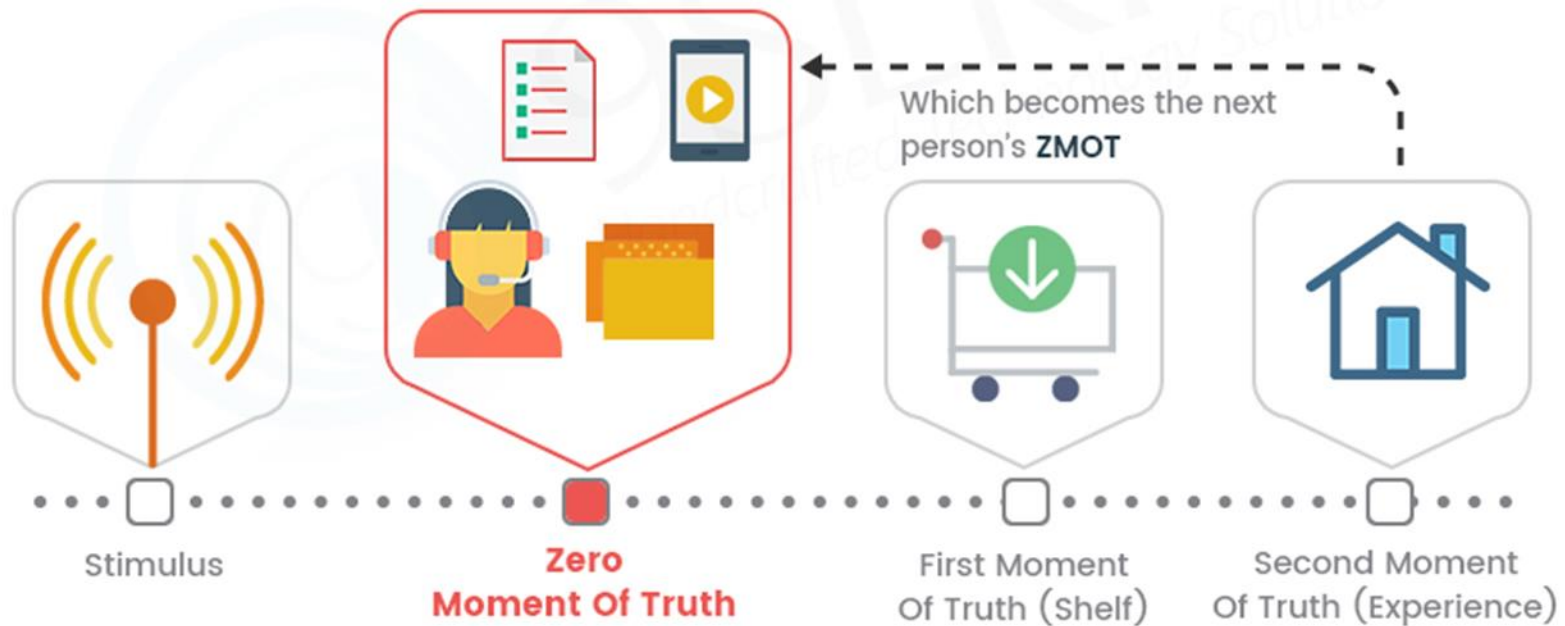


# Modele zakupowe

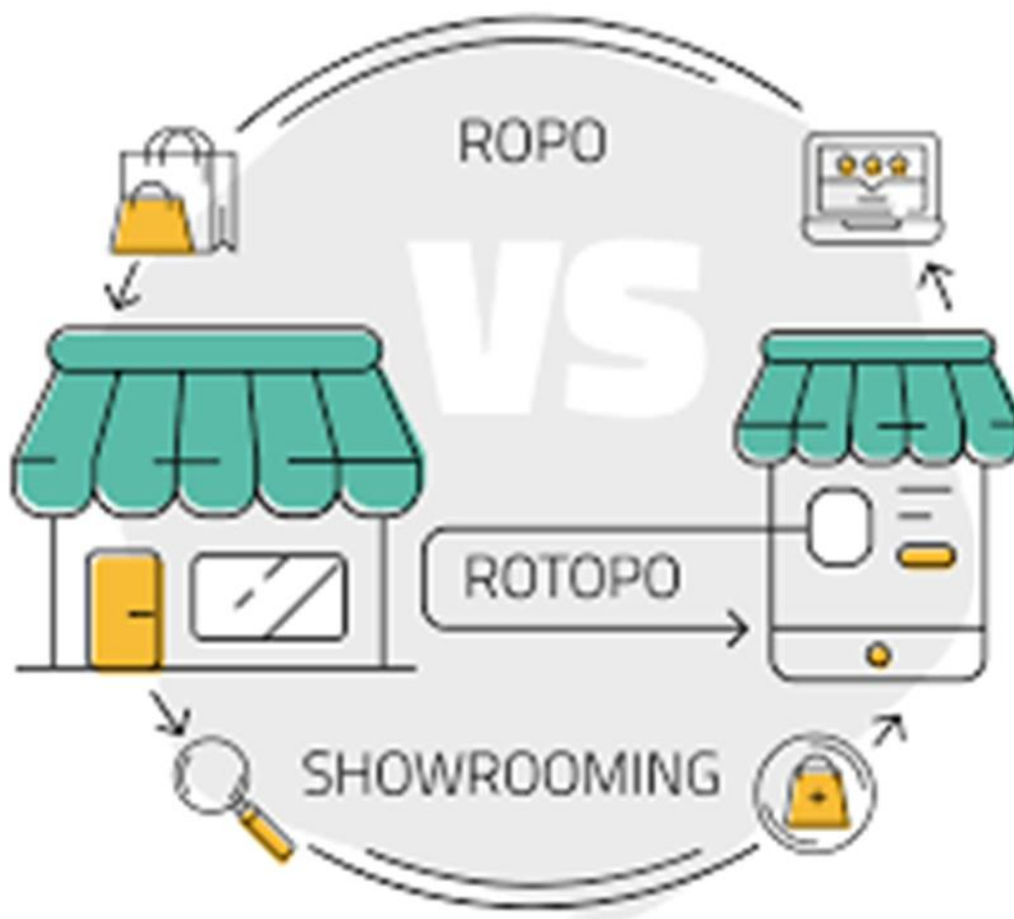


# Modele zakupowe

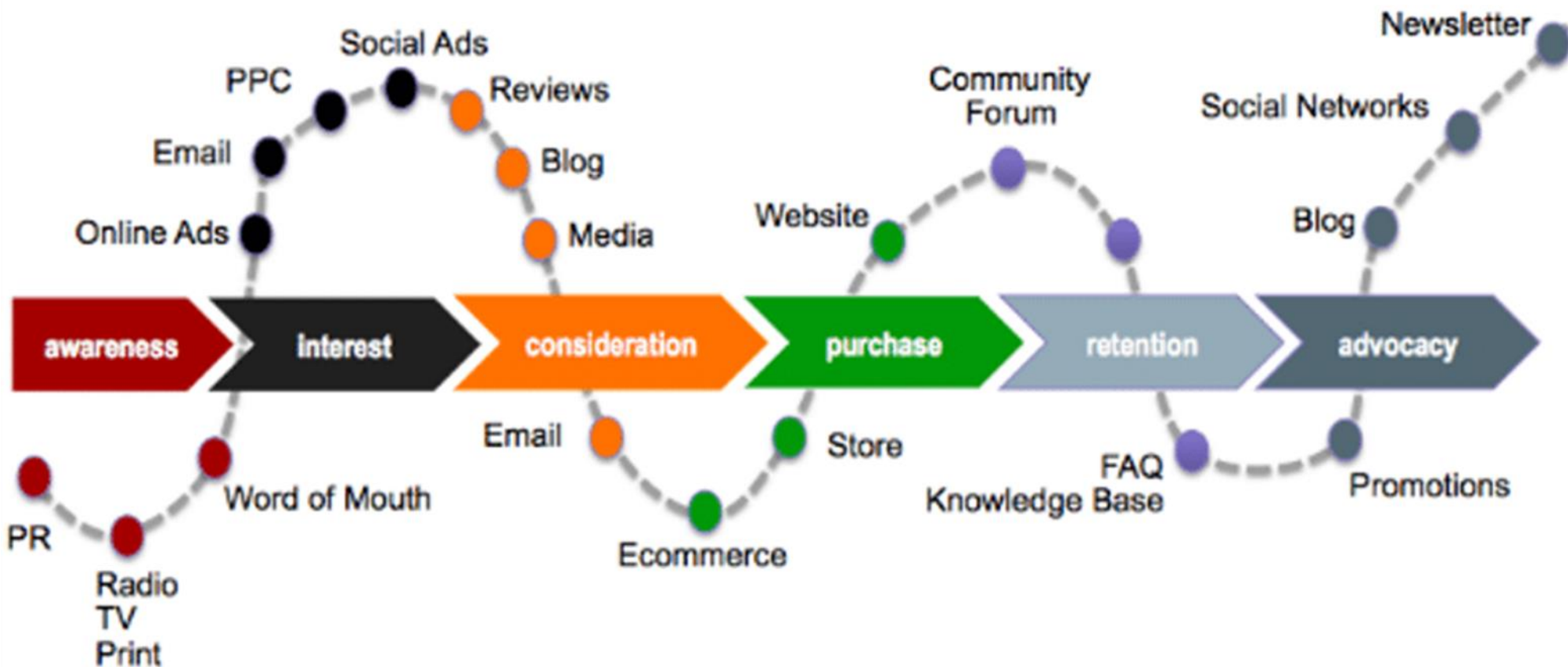
## Zero Moment Of Truth



# Modele zakupowe



# Modele zakupowe



# Jak dotrzeć do świadomości klienta?



# Cel korporacji

## ESSAYS IN THE EARLIER HISTORY OF AMERICAN CORPORATIONS

NUMBERS I—III

BY

JOSEPH STANCLIFFE DAVIS, Ph.D.

LECTURER IN ECONOMICS, HARVARD UNIVERSITY



CAMBRIDGE



# Cel marketingu to...

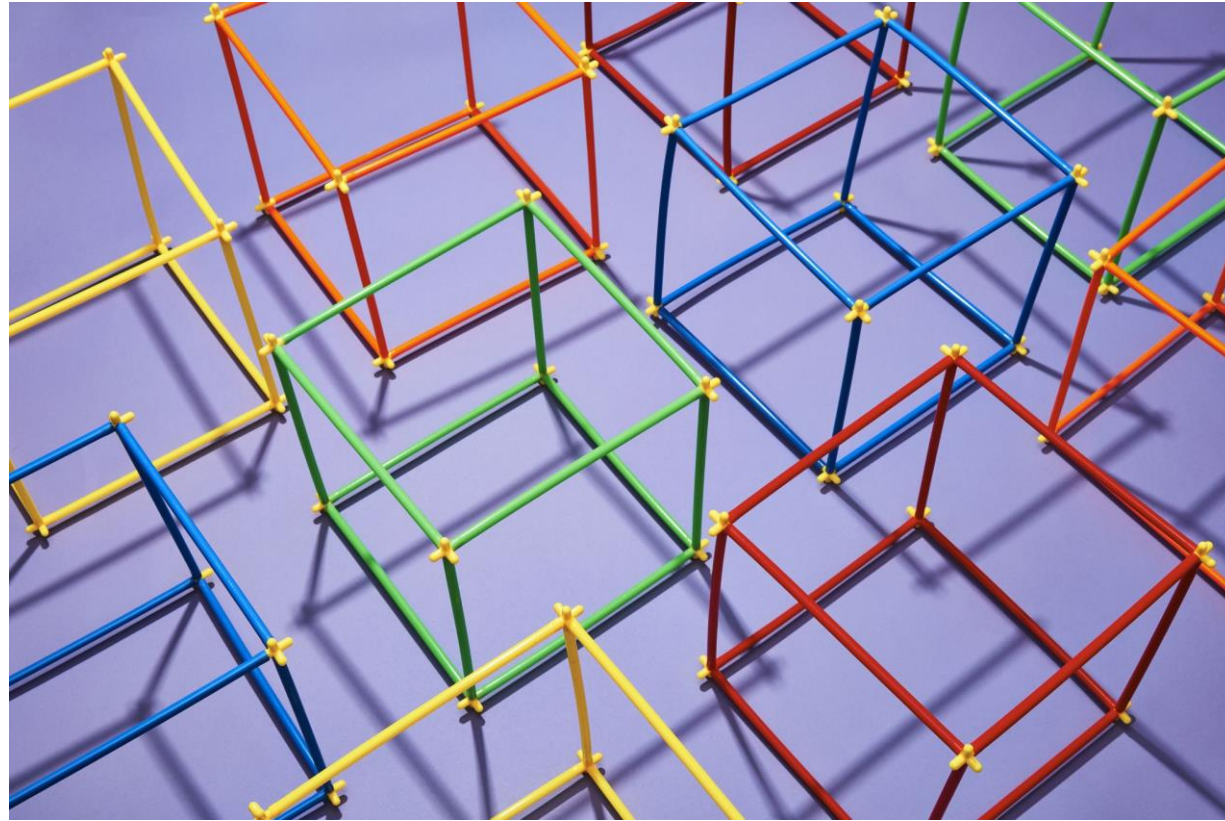


Create communicate deliver value  
to target market  
at a profit

# Wartość dla klienta



# Relacja



# Relacje budują szczęście

[The Good Life: Lessons from the World's  
Longest Scientific Study of Happiness :](#)  
[Waldinger M D, Robert, Schulz PH D, Marc:](#)  
[Amazon.pl: Książki](#)

# Przepis na wartość

[Home \(sdlogic.net\)](http://sdlogic.net)



# Takie firmy istnieją

- **Przypadek Ritz Carlton**

- Satysfakcja klientów powyżej poziomu 90%
- Stopień zaangażowania klientów i pracowników powyżej 50%;
  - korelacja obu wskaźników daje poprawę wyników o 240%,
  - samo zaangażowanie klientów daje poprawę o 23%.

(Źródło: Instytut Gallupa)

# Znajdź niszę

- Klienci marek płatków śniadaniowych online

Twoje ulubione spersonalizowane płatki |  
mymuesli ®

# Strategia marketingu relacyjnego

**CRM  
selektywny**

Maksymalizuj wartość związków z najbardziej rentownymi klientami  
i popraw strukturę klientów

**RENTOWNOŚĆ**

**CRM proaktywny**

Buduj lojalność poprzez intensyfikację dialogu  
i wykraczające ponad standard usługi

**LOJALNOŚĆ**

**CRM reaktywny**

Osiągnij perfekcję w realizacji  
podstawowych zobowiązań wobec klienta

**SATYSFAKCJA**



# Lojalność klientów



**Dziękuję za wspólnie  
spędzony czas!**



UNIwersytet Ekonomiczny  
w POZNANIU

**Dr hab. Bartosz Deszczyński, prof. UEP | Katedra Marketingu Międzynarodowego | 2024**

