

**Název modulu:**

Řízení vztahů se zákazníky

Lektor:

Ing. Miloslav Šašek, DipMgmt.

Anotace modulu:

Efektivní řízení vztahů se zákazníky je/může být významnou konkurenční výhodou a v řadě případů i nutnou podmínkou úspěšného rozvoje podniků. Důsledným naplňováním záměru rozvoje vztahů s aplikací nejnovějších poznatků a zkušeností vzniká prospěch nejen na straně dodavatele, nýbrž i na straně odběratele. Profitují tedy oba partneři. Moderním pojetí ŘVZ je myšlen celý proces rozvoje vztahů. Od výběru potenciálních zákazníků, přes identifikaci jejich **potřeb, požadavků a očekávání**, dále metody inovace a vývoje nových produktů, až po nástroje a metodiky rozvoje a stabilizace vztahů.

Cíl modulu:

Cílem modulu je seznámit studenty s teoretickými základy přípravy a řízení vztahů se zákazníky s přímou vazbou na manažerskou strategii a praxi. Prezentovat základy přístupů přípravy, realizace a rozvoje řízení vztahů se zákazníky, prioritně se zaměřením na trhy B2B. Praktické přístupy při přípravě a zpracovávání vztahu se zákazníky jak u malých a středních podniků - MSP (do 250 pracovníků), tak i u větších podniků. Součástí přednášek jsou i metody a přístupy managementu týmové spolupráce při řízení vztahů se zákazníky za účelem vytváření synergických efektů.

Zakončení modulu (seminární práce, případová studie) :

Studijní modul je zakončen zpracováním seminární práce. Studující si zvolí téma z nabídky ve studijních materiálech a téma zpracuje. Rozsah zpracování tématu je minimálně 10 normostran (normostrana - 30 řádků, jeden řádek s 60 znaky). Práce je klasifikována lektorem a připojeno je též slovní hodnocení lektora.

Literatura:

Povinná literatura:

- STORBACKA, K.; LEHTINEN, J. *Řízení vztahu se zákazníky*, Praha: Grada, 2002.

147 s. ISBN 80-7169-813-X

- ŠAŠEK, M. *Řízení vztahů se zákazníky*, Praha: Eupress, 2010. 115 s. ISBN 978-80-7408-025-8
- ŠAŠEK, M. *Řízení vztahů se zákazníky v prostředí B2B*. 1. vydání. EUPRESS Praha 2016. 216 s. ISBN 978-80-7408-141-5
- MODERNÍ ŘÍZENÍ, měsíčník vydavatelství Economia, vybrané články pojící se k tématu předmětu (články a jejich rozbor budou součástí přednášek, cvičení, resp. konzultací)

Doporučená literatura:

- BENDER, U.B. *Niterný leadership*, Praha: Management Press, 2002. 219 s. ISBN 80-7261-069-4
- BURNETT, K. *Klíčoví zákazníci a péče o ně*. Praha: Business Books, 2005. 373 s. ISBN 80-7226-655-1
- CARON, N. *Prodej problémovým zákazníkům*, Praha: Grada Publishing 2002. 217 s. ISBN 80-247-0204-5
- FISK, P. *Staňte se marketingovým géniem*, Brno: Computer Press, 2006. 348 s. ISBN 80-251-1319-1
- CHLEBOVSKÝ, V. *CRM - Řízení vztahů se zákazníky*, Brno: Computer Press, 2005. 185 s. ISBN 80-251-0798-1
- LEHTINEN, J. *Aktivní CRM - Řízení vztahu se zákazníky*, Grada 2007, 158 s. ISBN 978-80-247-1814-9
- LOSŤÁKOVÁ H. *Diferencované řízení vztahů se zákazníky*. Praha: Grada Publishing 2009. 268 s. ISBN 978-80-247-3155-1
- ŠAŠEK, M. *Výzkum hodnototvorného procesu v prostředí B2B – důvody a přínosy*. Mezinárodní vědecká konference Trendy v podnikání. Listopad 2013. Recenzovaný sborník příspěvků. ISBN 978-80-261-0321-9
- ŠAŠEK, M. *Vybrané aktivity z řízení vztahů se zákazníky*. Mezinárodní vědecká konference Trendy v podnikání. Plzeň, ZČU. Listopad 2014. Recenzovaný sborník příspěvků ISBN 978-80-261-0444-5
- WESSLING, H. *Aktivní vztah k zákazníkům pomocí CRM*, Grada 2003. 189 s. ISBN 80-247-0569-9