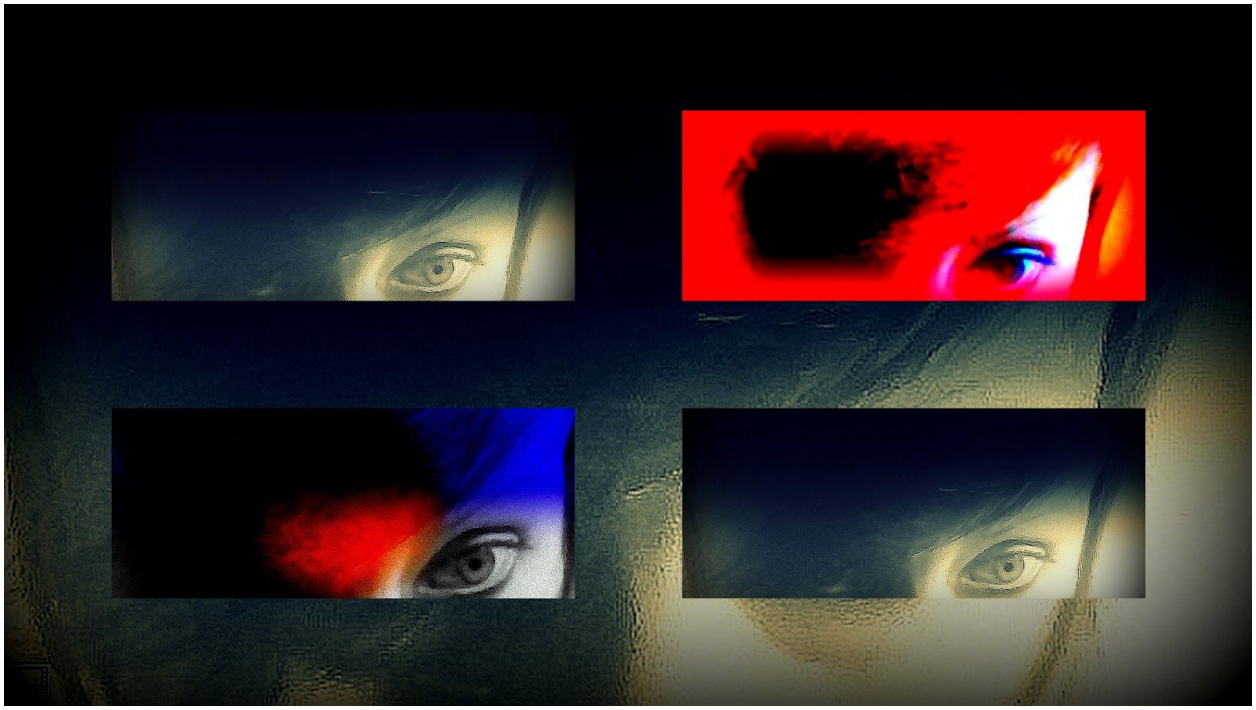
ANALIZA RYNKU 2018

Trendy, Zapotrzebowanie na usługi, Zmiany,



[1]Photo by Katarzyna Waluś

http://www.marketingirynek.pl/archiwum/marketing_i_rynek_nr_09_2017,p515990085
https://businessinsider.com.pl/finanse/handel/e-commerce-rozwoj-i-analiza-polskiego-rynku/md43h0s

Czym jest system CRM i dlaczego
go potrzebujesz?
Systemy CRM (ang. Customer Relationship Management)
służą do zarządzania interakcjami między firmą a klientem
na każdym etapie ścieżki zakupowej. Można porównać je do
wspomnianych wizytowników Rolodex: one także pozwalają
na gromadzenie informacji o obecnych i potencjalnych
konsumentach – jednak z tą różnicą, że możesz umieścić
w nich nieograniczoną liczbę wizytówek i danych.
W dobie „ery konsumenta”, w której komunikacja 1-do-1
zastępuje masowe wysyłki generycznych ofert, a sporadyczne

1

kontakty z klientem ustępują przemyślanej strategii budowania długotrwałych relacji, system CRM to as w rękawie, który pozwoli Ci zyskać przewagę nad konkurencją.

Poznaj swojego klienta!

Pierwszą korzyścią, jaką niesie za sobą wprowadzenie systemu CRM, jest błyskawiczny dostęp do wszystkich informacji o klientach. Możesz sprawdzić nie tylko ich dane kontaktowe czy demograficzne, ale też historię zakupów, wartości poszczególnych zamówień, źródło odwiedzin na stronie czy preferowane metody płatności i wysyłki. Czytelne, intuicyjne cykle sprzedaży dają pełen obraz każdego (potencjalnego) klienta i wskazują, na jakim etapie lejka sprzedażowego obecnie się znajduje. Dzięki zdobytym informacjom lepiej poznasz klientów i zadbasz o to, by dotrzeć do nich w najlepszym możliwym momencie, z ofertą idealnie dopasowaną do ich upodobań. A to przekłada się na…

Oszczędność czasu i pieniędzy

Wyobraź sobie, że prowadzisz e-sklep z grami planszowymi i wysyłasz do klienta newsletter z promocją gry „Krnąbrne potwory". Gdybyś spojrzał na jego kartę w CRM-ie wiedziałbyś, że kupił ją już u Ciebie miesiąc wcześniej i lepszym pomysłem byłoby polecenie mu dodatku do gry. Tym samym zwiększyłbyś szanse na kolejny zakup i przyśpieszył drogę klienta przez lejek sprzedażowy.

A teraz załóżmy, że korzystasz z systemu CRM. Po zakupie dodatku do „Krnąbrnych potworów" (w końcu wcześniej wysłałeś mu doskonałą ofertę, prawda?), klient zgłasza do działu obsługi klienta wadę fabryczną produktu. Dzięki zebranym informacjom możesz w mgnieniu oka sprawdzić, co i kiedy kupił, a następnie przypisać reklamacji odpowiedni priorytet. Błyskawiczna pomoc sprawi, że..www.Interaktywnie.com raport_e-commerce …

http://instream.io/pl/top-10-darmowych-crm-i-innych-narzedzi-biznesowych/



https://pixabay.com/pl/koncepcja-strony-cz%C4%85stki-pali%C4%87-2791436/



https://pixabay.com/pl/wykres-wykres-ko%C5%82owy-biznesu-963016/