**Predložak treninga/edukacije**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Naziv** | **Načini izgradnje jakih odnosa s klijentima i**  **Zadovoljavanje njihovih raznih potreba** | | |
| **Ključne riječi (meta oznaka)** | Izgradnja odnosa; umrežavanje; surazvoj | | |
| **Jezik** | Hrvatski | | |
| **Ciljevi / Ciljevi / Ishodi učenja** | Do kraja nastave studenti će moći:  LO1 : Povezati se s kupcima u razvoju ponude usluga/proizvoda  LO2: Upoznati kupce tamo gdje su u interakciji s našim uslugama/proizvodima  LO3: Graditi odnose u digitalnom svijetu | | |
| **Područje treninga: (odaberite jedno)** | | | |
| **Online / Digitalni marketing / Cyber-sigurnost** | | | **x** |
| **E-trgovina / Financiranje** | | |  |
| **Digitalno blagostanje** | | |  |
| **Pametan rad / Digitalni nomadi** | | |  |
| **Opis** | **Ne postoji ništa važnije u poslovanju od odnosa koje tvrtka gradi sa svojim kupcima; tvrtke ne mogu jednostavno biti 'otok', već se moraju fokusirati na međusobnu povezanost svog poslovanja s klijentima. U ovoj sesiji fokus će biti na izgradnji odnosa s klijentima koji nadilazi aspekt tradicionalnog poslovnog umrežavanja. Fokus će biti na zajedničkom razvoju proizvoda i/ili usluga i produbljivanju poslovnih odnosa u digitalnom svijetu uz očuvanje povjerenja.** | | |
| **Sadržaj raspoređen u 4 razine** | **Naziv modula: Načini izgradnje jakih odnosa s klijentima i zadovoljavanja njihovih različitih potreba**  **1 Naziv jedinice:** Povežite se s kupcima u razvoju ponude usluga/proizvoda  1.1 Suradnja kupac-prodavač  **2 Naziv jedinice:** Upoznajte kupce tamo gdje su u interakciji s našim uslugama/proizvodima  2.1 Uključivanje novih kupaca  2.2 Ponovno ukrcavanje trenutnog korisnika  **3 Naziv jedinice:** Gradite odnose u digitalnom svijetu  3.1 Vrste digitalnih odnosa  3.2 Izgradnja odnosa na društvenim mrežama | | |
| **Samoevaluacija (upiti i odgovori s više izbora)** | 1. Što od sljedećeg nije točno o kupcima kada gradimo odnose?    1. Osjećaju se sigurnije.    2. Oni uživaju biti dio nečega što je društveno potrebno.    3. Veća je vjerojatnost da će ostati kupac.    4. **Sve su istinite.** 2. Suradnja kupac-prodavač    1. Teško je postići.    2. **Smatra se nužnošću u budućnosti.**    3. Dovest će do veće prodaje.    4. Važnije je za veće tvrtke. 3. Uključivanje korisnika treba obaviti pomoću:    1. **Novi kupci.**    2. Trenutni kupci.    3. Novi i sadašnji kupci.    4. Ne vrijedi za ništa od navedenog. 4. Što je od sljedećeg točno o izgradnji odnosa na društvenim mrežama?    1. **Tvrtke moraju primijeniti 'osluškivanje' društvenih medija.**    2. Svi kupci žele uspostaviti takve odnose.    3. Objavite samo sadržaj tvrtke.    4. Sve navedeno je istina. | | |
| **Skup alata (smjernice, najbolje prakse, popis za provjeru, naučene lekcije...) KOJI ĆE KORISTITI CTS / CASE** | **Ime** |  | |
| **Opis** |  | |
| **Link od interesa** |  | |
| **Resursi (video zapisi, referentna veza)** | [https:// www.octaneai.com/blog/customer-relationships](https://www.octaneai.com/blog/customer-relationships)  [https://www.transparency-one.com/the-case-for-supplier-collaboration /](https://www.transparency-one.com/the-case-for-supplier-collaboration/)  [https://www.revechat.com/blog/customer-interactions /](https://www.revechat.com/blog/customer-interactions/)  [https:// www.youtube.com/watch?v=IhC\_jI1X8Ys](https://www.youtube.com/watch?v=IhC_jI1X8Ys)  [https:// www.finextra.com/blogposting/19316/7-reasons-to-meet-customers-face-to-face](https://www.finextra.com/blogposting/19316/7-reasons-to-meet-customers-face-to-face)  [https://www.intercommedia.org/build-customer-relations /](https://www.intercommedia.org/build-customer-relations/)  [https://sproutsocial.com/insights/build-customer-relationships /](https://sproutsocial.com/insights/build-customer-relationships/) | | |
| **Povezani materijal** |  | | |
| **Povezani PPT** |  | | |
| **Bibliografija** | Thukral, E., & Ratten, V. (2021). Building and maintaining customer relationship via digital marketing and new technologies for small businesses during the COVID-19 pandemic. In *COVID-19 and Entrepreneurship* (pp. 100-108). Routledge.  Oncioiu, I., Căpușneanu, S., Topor, D. I., Tamaș, A. S., Solomon, A. G., & Dănescu, T. (2021). Fundamental Power of Social Media Interactions for Building a Brand and Customer Relations. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, *16*(5), 1702-1717.  Hussain, K., Jing, F., Junaid, M., Shi, H., & Baig, U. (2020). The buyer–seller relationship: a literature synthesis on dynamic perspectives. *Journal of Business & Industrial Marketing*.  Yenen, S. Ü., & Şahin, G. (2021, November). Digital Customer Acquisition and Onboarding During the Pandemic. In *2021 15th Turkish National Software Engineering Symposium (UYMS)* (pp. 1-4). IEEE. | | |
| **Omogućio** | SEERC | | |