**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/proizvodaLO2: Upoznati kupce tamo gdje su u interakciji s našim uslugama/proizvodimaLO3: 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/proizvoda1.1 Suradnja kupac-prodavač**2 Naziv jedinice:** Upoznajte kupce tamo gdje su u interakciji s našim uslugama/proizvodima2.1 Uključivanje novih kupaca2.2 Ponovno ukrcavanje trenutnog korisnika**3 Naziv jedinice:** Gradite odnose u digitalnom svijetu3.1 Vrste digitalnih odnosa3.2 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 |