**Wzor karty szkolenai**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Tytuł** | **Sposoby budowania silnych relacji z klientami i zaspokajania ich różnych potrzeb**  **Zaspokajanie ich różnorodnych potrzeb** | | |
| **Kluczowe słowa (meta tag)** | Budowanie relacji; tworzenie sieci; wspólny rozwój | | |
| **Język** | Angielski | | |
| **Założenia/Cele/Wyniki kształcenia** | Pod koniec sesji studenci będą w stanie:  LO1: Związać się z klientami w zakresie rozwoju oferty usług / produktów  LO2: Spotkać się z klientami tam, gdzie wchodzą w interakcję z naszymi usługami / produktami  LO3: zbudować relacje w świecie cyfrowym | | |
| **Obszar szkolenia: (wybierz jeden)** | | | |
| **Online / Digital Marketing / Cyberbezpieczeństwo** | | | **X** |
| **E-Handel / Finansowanie** | | |  |
| **Cyfrowy Dobrobyt** | | |  |
| **Praca inteligentna / Cyfrowi Nomadowie** | | |  |
| **Opis** | **Nie ma nic ważniejszego w biznesie niż relacje, jakie firma buduje ze swoimi klientami; firmy nie mogą być po prostu "wyspą", ale muszą raczej skupić się na wzajemnym powiązaniu ich działalności z klientami. W tej sesji skupimy się na budowaniu relacji z klientami, które wykraczają poza aspekt tradycyjnego networkingu biznesowego. Nacisk zostanie położony na wspólny rozwój produktu i/lub usług oraz pogłębianie relacji biznesowych w cyfrowym świecie przy zachowaniu zaufania.** | | |
| **Zawartości uszeregowane w 3 poziomach** | **Nazwa modułu: Sposoby budowania silnych relacji z klientami i zaspokajania ich różnorodnych potrzeb**  **4.1 Tytuł rozdziału:**Związanie się z klientami w zakresie rozwoju oferty usług / produktów  4.1.1 Współpraca kupujący - sprzedający  **4.2 Tytuł rozdziału:**Spotykanie się z klientami tam, gdzie wchodzą w interakcję z naszymi usługami / produktami  4.2.1 Wprowadzanie nowych klientów na rynek  4.2.2 Ponowne wprowadzanie klientów na rynek  **4.3 Tytuł Rozdziału:**Buduj relacje w świecie cyfrowym  4.3.1 Rodzaje relacji cyfrowych  4.3.2 Budowanie relacji w mediach społecznościowych | | |
| **Samoocena (pytania i odpowiedzi wielokrotnego wyboru)** | 1. Które z poniższych stwierdzeń nie jest prawdziwe w odniesieniu do klientów, gdy budujemy relacje?    1. Czują się bardziej bezpieczni.    2. Lubią być częścią czegoś, czego potrzebuje społeczność.    3. Są bardziej skłonni do pozostania klientem.    4. **Wszystkie odpowiedzi z ww. są prawdziwe.** 2. Współpraca kupujący - sprzedający    1. Jest trudna do osiągnięcia.    2. **Jest uważana za konieczną w przyszlości.**    3. Doprowadzi do zwiększenia sprzedaży.    4. Jest ważniejsza dla większych przedsiębiorstw. 3. Wprowadzanie na rynek klienta powinno być zrobione z:    1. **Nowymi klientami.**    2. Obecnymi klientami.    3. Nowymi i obecnymi klientami.    4. Nie obowiązuje w żadnym z powyższych przypadków. 4. Które z poniższych stwierdzeń jest prawdziwe w odniesieniu do budowania relacji w mediach społecznościowych?    1. **Firmy muszą stosować "słuchanie" mediów społecznościowych.**    2. Wszyscy klienci dążą do nawiązania takich relacji.    3. Publikowanie wyłącznie treści firmowych.    4. Wszystkie powyższe są prawdziwe. | | |
| **Zestaw narzędzi (wytyczne, najlepsze praktyki, listy kontrolne, wyciągnięte wnioski...) DO UŻYCIA PRZEZ CTS / CASE** | **Nazwa** |  | |
| **Opis** |  | |
| **Link tematyczny** |  | |
| **Źródla(video, linki referencyjne)** | [https://www.octaneai.com/blog/customer-relationships](about:blank)  [https://www.transparency-one.com/the-case-for-supplier-collaboration/](about:blank)  [https://www.revechat.com/blog/customer-interactions/](about:blank)  [https://www.youtube.com/watch?v=IhC\_jI1X8Ys](about:blank)  [https://www.finextra.com/blogposting/19316/7-reasons-to-meet-customers-face-to-face](about:blank)  [https://www.intercommedia.org/build-customer-relations/](about:blank)  [https://sproutsocial.com/insights/build-customer-relationships/](about:blank) | | |
| **Powiązany materiał** |  | | |
| **Powiązane PPT** |  | | |
| **Bibliografia** | 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. | | |
| **Dostarczone przez** | SEERC | | |