

Tehnologije podrške i negovanja odnosa sa kupcima

Dr Marijana Vidas-Bubanja

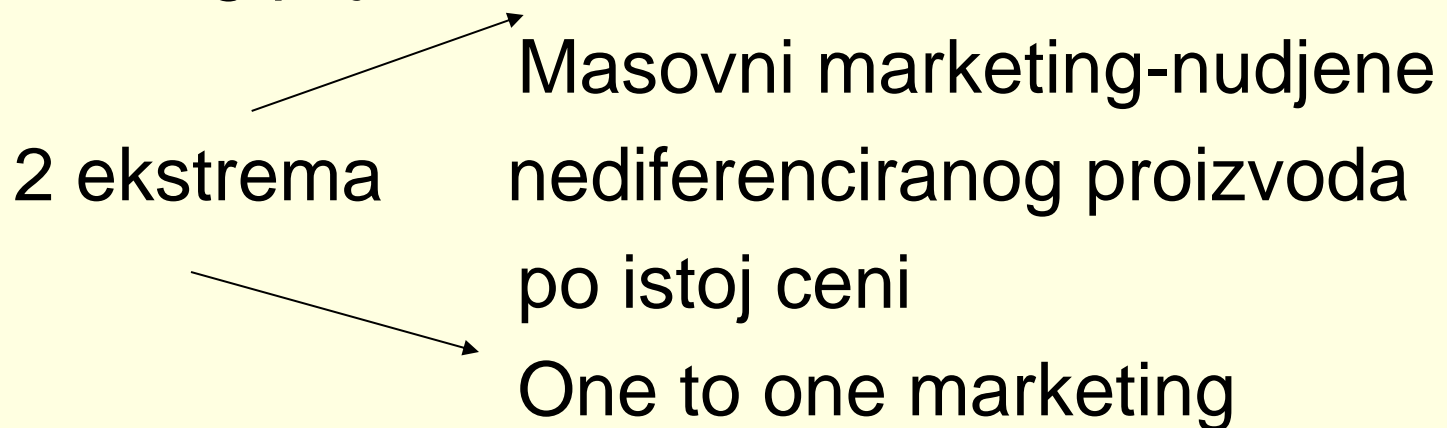
Tehnologije podrške i negovanja odnosa sa kupcima

- Marketing jedan na jedan
- Kastamizacija (customization) proizvoda
- Postprodajne usluge

Marketing jedan na jedan (one to one)

- Segmentacija tržišta koja za osnovu ima pojedinca

Cilj: na vreme precizno razumeti potrebe svakog pojedinca

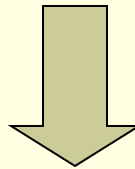


Kustomizacija proizvoda (customization)

- Promena proizvoda prema preferencijama potrošača
- Ostvaruje se kroz interaktivni odnos sa potrošačem
- Kupac kreira proizvod kakav želi
- Nudjenje proizvoda prema porudžbini (built to order)

Tehnika transaktivnog sadržaja

Rezultat kombinacije tradicionalnih marketing sadržaja + dinamične informacije iz baze podataka navedenog proizvoda (npr. najava novog proizvoda)



Sadržaj se zatim prilagođava profilu kupca kome se sadržaj šalje

Online post-prodajne usluge

- Više od praćenja ispunjenja porudžbina
- Stalna komunikacija sa kompanijom od koje si kupio proizvod
- Tehnike: Najčešća pitanja, mogućnost razgovora sa kompanijom u online vremenu, sistem automatskih odgovora
- WEB page kompanije Helwet-Packard – nudi softversku podršku, podršku u hardveru, usluge, konsultacije, obuku kupca za upotrebu pojedinih proizvoda
- Kako prodavati posle prodaje? - uputite kupcu poruku dobre volje (čestitke Nove Godine i sl), obavestavajte kupca o novim proizvodima, okupljajte kupce u Web forume i diskusione grupe
- Beneficirane šeme dalje kupovine - popust kod ponovljene kupovine ili kupovine na veliko, povoljnije cene novih proizvoda za stare kupce, nagradne igre za kupce

Interaktivni centar za kupce (Customer interaction center - CIC)

- Integracija mogućnosti kontakta sa kupcima u jednu jedinicu - CIC (e-mail kontakt, faks, kontakt glasom, interaktivni web (web čet))
- 1) kupac ostvaruje kontakt sa kompanijom upotrebom jednog ili više kanala,
- 2) sistem sakuplja informacije i integriše ih u bazu podataka, a zatim određuje servisni odgovor,
- 3) sistem usmerava kupca na *self-servis* usluge ili na ljudske agente,
- 4) servis je obezbeđen kupcu (problem kupca je rešen ili mu je odgovoreno na postavljeno pitanje).

Kompanija Bell Advanced Communication - Kanada

- Otvara mogućnost kupcima da putem weba dostave svoja pitanja
- Kupac popunjava e-mail formu sa opadajućim menijem koji mu pomaže da definiše svoj problem
- Centar prihvata mejl – odgovara odmah ili obezbedjuje odgovor servisera u roku od sat vremena

Interaktivni centar za kupce-2

- Najpopularniji online alat za servisiranje kupaca je *e-mail*
- Nije skup, brz je, i može da prenosi informacije i ostvaruje korespondenciju po mnogim temama, uključujući odgovore na pitanja kupaca
- Kompanije dobijaju na destine hiljada mejlova
- **Automatski sistem odgovora na e-mail poruke** poznat kao *autoresponder-infobot - e-mail on demand* - tekstualni fajlovi koji se vraćaju mejlom automatski na zahtev kupaca (standardni odgovori za podršku i servisiranje kupaca)
- Mnoge kompanije ne obezbeđuju u atomatskom odgovoru rešenje postavljenog problema, nego samo potvrđuju prijem zahteva. Nakon toga, upiti kupaca se klasifikuju prema vrsti, upotrebom inteligentnih agenata najčešće u kol centru, dok serviser ne pristupi odgovaranju na njih
- Ključni kontakt sa kupcima ostvaruje prodajno osoblje. **Računarska podrška prodajnom osoblju** može unaprediti servis koji ono pruža kupcima (*sales force automation*) – interaktivni kontakt servisera sa kupcima i kompanijom putem mobilnih uređaja

Aplikacije na dodir za servise kupcima

- Kupci koriste interaktivne računarske programe umesto da stupaju u interakciju sa ljudima
- Vrste:

-**Personalizovana web strana** – kompanije obezbeđuju kupcu alat potreban da kreira sopstvenu web stranu na koju zatim dostavljaju kastamizovanu informaciju o proizvodu.

Personalizovan sajt registruje sve kupovine i preferencije kupca.

Tipične personalizovane strane su bankovni računi, računi prijema robe i slično

-**Web okruženje omogućava kupcu da usluži sam sebe**, što je poznato kao *web self-service*.

Web alati omogućavaju korisnicima da sami realizuju aktivnosti koje je nekad obavljao presonal tehničke podrške

Samouslužno servisiranje putem često postavljenih pitanja (*customer self service through FAQs*) na pr. online samodijagnostika kvara na računaru

Na FAQ strani kupac lako i brzo može naći odgovor na svoje pitanje štedeći vreme i sebi i kompaniji prodavcu

-**Sistem samostalnog praćenja izvršenja usluge** – *self-tracking* (FedEx, Amazon, Dell, Ford)

-**Samo konfiguracija i kastamizacija** – Mnogi *built to order* vendori od Della do Mattela obezbeđuju kupcima alat za samo-konfiguraciju proizvoda i usluga. Jedan od najboljih načina da se zadovolji kupac jeste obezbeđenje mogućnosti da kastamizira proizvod ili uslugu po svom nahođenju.

Prednosti self-service-a za kupce i prodavce

■ Za kupce

- kratko vreme odgovora
- konzistentno i ažurno odgovaranje
- mogućnost dobijanja više detalja
- manje frustracije
- više zadovoljstva

■ Za prodavce

- Niži troškovi postprodajnih servisa (uštete idu do 95%)
- Mogućnost proširenja servisa bez dodatne radne snage
- -Jačanje poslovne saradnje
- -Unapredjenje kvaliteta servisa

Online umrežavanje i ostale aplikacije

- Podržavaju komunikaciju i saradnju između kupaca, poslovnih partnera i zaposlenih. Reprezentativni alati i metodi online umrežavanja uključuju:
 - *Forume*
 - *Čet sobe* – one to one i many to many real time konverzacija
 - *Blogove i wikije* – Kompanije iz blogova puno nauče o svojim kupcima što im pomaže da unaprede svoje proizvode. WIKI su kolaborativne table koje omogućavaju učešće svih.
 - *E-mail newsletters* – obično nude mogućnost dodavanja mišljenja u sekciji- Da čujemo od vas! Registracija za redovan prijem newsletter – opt in servisi
 - *Diskusione liste* – su redistribicioni alat koji podrazumeva da se e-mail poslat na jednu adresu automatski prosledi svima koji su za prijem takve informacije dali svoj pristanak, izvršili registraciju.
 - *Mobilni alati* obezbeđuju servise kupcima - provera stanja na računu, trgovina akcijama i sl. Slanje odredjenih sadržaja kupcima putem SMS poruka od strane kompanije prodavca.