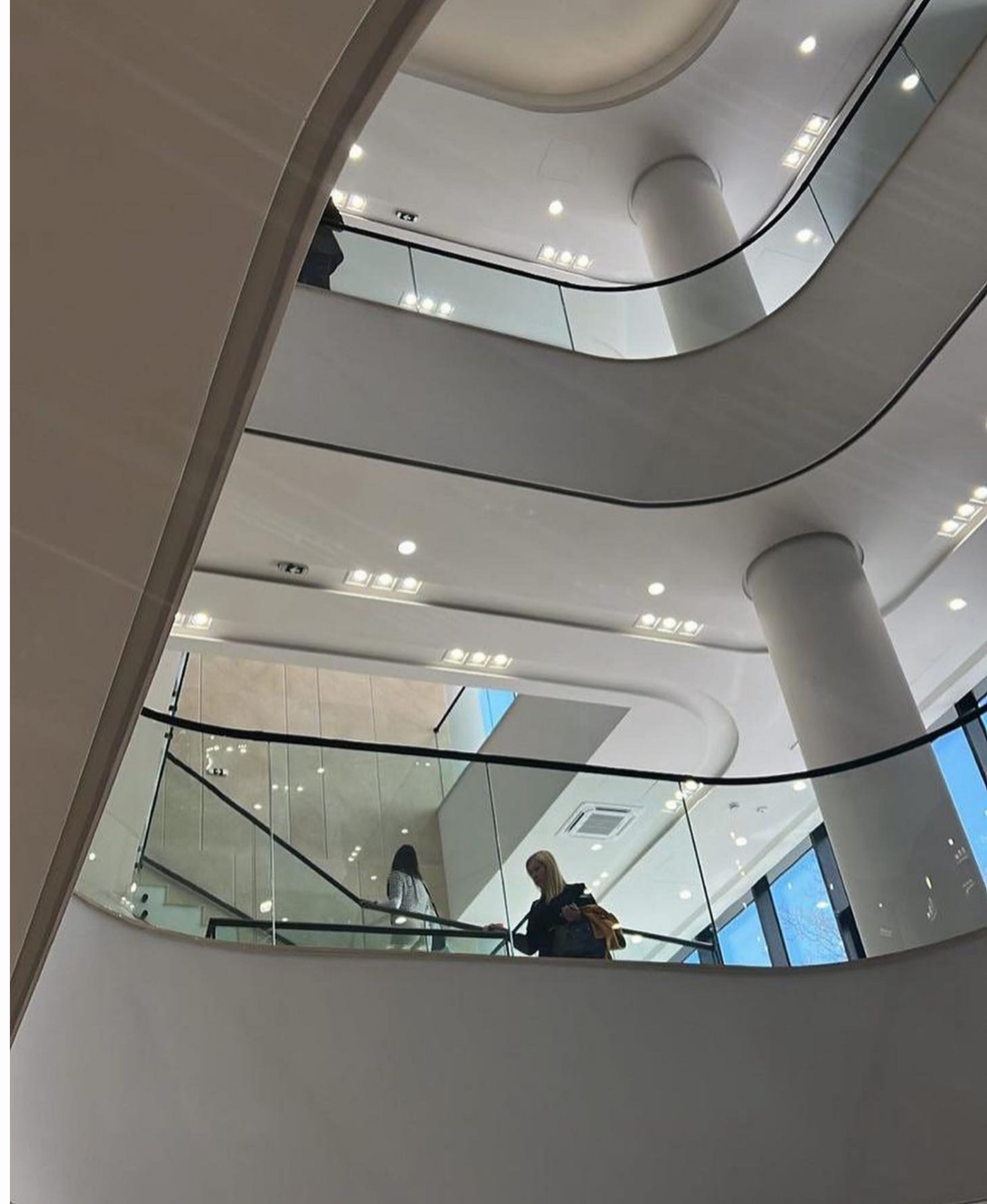


УПРАВЉАЊЕ КЉУЧНИМ КУПЦИМА



УНИВЕРЗИТЕТ У БЕОГРАДУ
ФАКУЛТЕТ ОРГАНИЗАЦИОНИХ НАУКА



ОПИС ТЕМА

- Појам и примена концепта Управљање кључним купцима (*КАМ*)
- Знања и вештине *КАМ* менаџера
- Сегментација и рангирање кључних купаца преко примера из праксе
- Креирање стратегије управљања са кључним купцима
- Маркетинг и продајна улога при управљању *КАМ* приступом
- Финансијска улога при управљању *КАМ* приступом
- Употреба *CRM* за креирање стратегије односа са купцима
- Имплементација и праћење резултата стратегије *КАМ*
- Пројектни рад

ИСХОДИ ПРЕДМЕТА

Креирање продајне стратегије у "B2B"
пословању

Стицање вештина преговарања,
презентације и управљања временом
у наступу са кључним клијентима



УНИВЕРЗИТЕТ У БЕОГРАДУ
ФАКУЛТЕТ ОРГАНИЗАЦИОНИХ НАУКА

Наставници и гости предавачи

Ангажовани наставници

Проф. др Весна Дамњановић

Проф. др Вељко Дмитровић

Проф. др Бранка Новчић Кораћ

Планирани гости предавачи

Представници компанија "*Nelf*" и "*Coca-Cola Hellenic*"

ЛИТЕРАТУРА

- Материјали са предавања
- Дамјановић, В. (2015), **Стратегија управљања односима с купцима у продаји и маркетингу**, Задужбина Андрејевић





НАЧИН ПОЛАГАЊА

Израда
пројектног
рада:

70%

01

Тест:

30%

02

УПРАВЉАЊЕ КЉУЧНИМ КУПЦИМА



УНИВЕРЗИТЕТ У БЕОГРАДУ
ФАКУЛТЕТ ОРГАНИЗАЦИОНИХ НАУКА

