



Relacje z klientami - Ćwiczenia

Ćwiczenie 1

1.1 Pomyśl o swoich ulubionych markach. Zidentyfikuj swoje odczucia wobec poszczególnych marek. Zaufanie? Rzetelność? Szacunek? Dobrostan?

1.2 Jakie relacje wiążą Cię z każdą z tych marek? Stwórz listę.

1.3 Dzięki jakim działaniom każda z tych marek zdobywa Twoje uznanie? Czy są one powiązane z Twoją relacją z marką czy z jakimkolwiek innym elementem ich modelu biznesowego? Zanotuj mocne strony (nawet, jeżeli nie są one częścią modelu relacji z klientami).

1.4 Czy możesz zastosować podobny model relacji z klientami?

Ćwiczenie 2

2.1 Pomyśl o markach, których nie lubisz. Zidentyfikuj swoje odczucia wobec poszczególnych marek. Brak zaufania Nierzetelność? Brak szacunku? Niechęć?

2.2 Jakie relacje wiążą Cię z każdą z tych marek? Stwórz listę.

2.3 Dzięki jakim działaniom każda z tych marek zdobywa Twoje uznanie lub je traci? Czy są one powiązane z Twoją relacją z marką, czy z jakimkolwiek innym elementem ich modelu biznesowego? Zanotuj słabe strony (nawet, jeżeli nie są one częścią modelu relacji z klientami).

2.4 Co możesz zrobić, aby uniknąć tak negatywnie nacechowanej relacji, jak ta, która łączy Cię z tymi markami?

Ćwiczenie 3

3.1 Czy dodanie lub usunięcie różnych relacji z klientami otworzy Cię na nowy segment, czy zamknie do niego dostęp?

3.2 Jeżeli dysponujesz różnymi segmentami klientów – jakiego rodzaju relacje Cię z nimi łączą?

3.3. Zastanów się nad wpływem, jaki Twoja decyzja dotycząca relacji z klientami będzie mieć na strumieniu przychodów i *vice versa* oraz nad powiązaniem pomiędzy tymi elementami.

3.4. Zastanów się nad wpływem, jaki Twoja decyzja dotycząca relacji z klientami będzie mieć na strukturę kosztów przedsiębiorstwa i *vice versa*.

3.5 Jeżeli zdecydujesz się dodać lub usunąć określoną relację z klientami, jaki wpływ ta decyzja będzie mieć na resztę modelu biznesowego?

