

Marketing relacyjny - esej

Pytania, na które należy odpowiedzieć w eseju

1. Czy klienci są zadowoleni z relacji?
 - a. wysokie wskaźniki rekomendacji firmy (NPS);
 - b. wysokie wskaźniki lojalności, długi czas pozostawania w gronie klientów;
 - c. brak lub mała liczba skarg np. do UOKiK i innych instytucji;
 - d. pozytywne opinie na stronach internetowych po zakupie towarów i usług.

2. Czy badana firma ma w ofercie produkty o charakterze relacyjnym?
 - a. stanowiące platformę do sprzedaży innych produktów (cross-selling);
 - b. kształtowane w pewien sposób przez klientów;
 - c. zapewniające rzeczywistą wartość (spełniające wymogi klientów);
 - d. mające innowacyjny charakter .

3. Czy w polityce cenowej firmy występują elementy relacyjne?
 - a. nagradzanie klientów rabatami za jednorazowe zakupy większej ilości / o większej wartości ;
 - b. stosowanie programów lojalnościowych z nagrodami za kolejne zakupy;
 - c. stosowanie przejrzystej polityki cenowej (proste, jasne cenniki / taryfy, brak przypadków wprowadzania w błąd klienta, brak ukrytych opłat);
 - d. brak nagłych, dużych podwyżek cen towarów i usług;
 - e. ceny odpowiadające wartości produktu / usługi (brak narzekań klientów na złą relację: value for price).

4. Czy w polityce dystrybucji firmy występują elementy relacyjne?
 - a. znacząca rola sprzedaży osobistej;
 - b. zostawienie klientowi szerokiego wyboru miejsca / sposobu zakupu (omnichannel) – stosowanie poza dystrybucją stacjonarną także m.in. e-commerce i m-commerce;
 - c. uwzględnianie oczekiwań klientów odnośnie kanałów dystrybucji (np. wygoda robienia zakupów w sklepie stacjonarnym).

5. Czy w systemie komunikacji firmy występują elementy relacyjne?
 - a. znacząca rola kontaktów osobistych;
 - b. interaktywność kontaktów (obecność w mediach społecznościowych; możliwość wymiany informacji);
 - c. materiały reklamowe (ulotki, katalogi i inne) zawierają istotne dla klienta informacje (ułatwiające mu podjęcie właściwej decyzji);
 - d. brak dezinformacji / wprowadzania w błąd klienta w kampaniach reklamowych.

6. Jakie wyniki finansowe uzyskała firma w okresie ostatnich 3 lat ?
 - a. sprzedaż / liczba klientów;
 - b. wynik finansowy (brutto, netto, EBIT, EBITDA);
 - c. wskaźniki rentowności (ROS, ROE, ROA).