

# Scenariusz zajęć

## PRZEDMIOT:

Zarządzanie relacjami z Klientem  
z wykorzystaniem systemu CRM

## **SPIS TREŚCI**

1. Wstęp do przedmiotu – podstawowe pojęcia
2. Strategia wdrożenia CRM
3. CRM – wady i zalety
4. CRM – podstawowe moduły
5. Bazy klientów
6. Budowanie bazy klientów
7. CRM zastosowanie w praktyce
8. Kanały dotarcia do klientów
9. Kanały dotarcia do klientów cz. 2
10. Pozyskanie Klienta B2C
11. Pozyskanie Klienta B2B
12. Cele sprzedażowe
13. Realizacja celów sprzedaży
14. Realizacja celów sprzedaży cz. 2
15. Lejek sprzedażowy
16. Zarządzanie procesem sprzedaży przy użyciu systemu CRM
17. Wprowadzanie danych do systemu CRM
18. Segmentacja klientów
19. Aktualizacja danych klientów
20. Rodzaje programów CRM
21. CRM operacyjny
22. CRM analityczny
23. CRM komunikacyjny
24. RODO czyli ochrona danych osobowych
25. Przetwarzanie danych osobowych a zarządzanie relacjami z klientem
26. CRM a ochrona danych osobowych
27. Proces sprzedaży – podstawowe pojęcia

- 28. Proces sprzedaży – monitorowanie działań
- 29. Działania sprzedażowe realizowane w oparciu o zasadę SMART
- 30. Tworzenie lejków sprzedażowych
- 31. Konfiguracja i wdrożenie systemu eCRM
- 32. Konfiguracja i wdrożenie systemu eCRM cz. 2
- 33. Raporty
- 34. Możliwości systemu CRM
- 35. Wdrożenie systemu CRM – wady i zalety
- 36. „Churn” wskaźnik utraty klientów i rola CRM w utrzymaniu klienta
- 37. Lead sprzedażowy
- 38. Jak przygotować dobrą ofertę handlową?
- 39. Podsumowanie cz. 1
- 40. Podsumowanie cz. 2

## Wykład 1

### Temat zajęć:

Wstęp do przedmiotu – podstawowe pojęcia

### Streszczenie zajęć:

Tematem wykładu jest przybliżenie studentowi tematyki związanej z systemem CRM oraz systemem pokrewnym.

### Cel zajęć:

- zapoznanie się z pojęciem systemu CRM
- zapoznanie się z pojęciem systemu ERP
- przybliżenie pojęcia MDM

### Forma zajęć:

Wykład + dyskusja dydaktyczna

### Materiały:

Prezentacja multimedialna

### Uwagi dla prowadzącego:

Ważne jest, aby już na tym etapie zapoznać studentów z podstawowymi zagadnieniami dotyczącymi systemów informatycznych w organizacjach. Ważne jest aby student po wykładzie potrafił wskazać podstawowe różnice pomiędzy systemem CRM a systemem ERP.

Na tym etapie wdrożenia do przedmiotu warto porozmawiać ze studentami czy zawodowo mają lub mieli styczność z systemem CRM i/lub ERP. Można poprosić studentów o wskazanie ich spostrzeżeń dotyczących obu systemów.

## Wykład 2

### Temat zajęć:

Strategia wdrożenia CRM

### Streszczenie zajęć:

Tematem wykładu omówienie celów i determinantów jakimi kierują się przedsiębiorstwa w chwili podjęcia decyzji o wdrożeniu strategii CRM.

### Cel zajęć:

- szczegółowe omówienie głównych celów wdrożenia CRM
- przybliżenie strategii CRM
- korzyści i determinanty wynikające z wdrożenia CRM

### Forma zajęć:

Wykład + dyskusja dydaktyczna

### Materiały:

Prezentacja multimedialna

### Uwagi dla prowadzącego:

Na tym etapie kluczowe pozostaje przedstawienie i omówienie ze studentami głównych celów jakimi powinny kierować się firmy w chwili wdrożenia strategii i systemu CRM. Kluczowym jest wskazanie dwóch różnych aspektów czyli wizji i systemu informatycznego jako dwa zależne od siebie czynniki: strategia bez systemu nie przyniesie wymiernych efektów a wdrożenie system bez strategii się nie powiedzie.

Warto wskazać studentom 3 cele i otworzyć dyskusję dydaktyczną zadając im pytanie jakie ich zdaniem korzyści dla przedsiębiorstwa niesie wdrożenie strategii CRM.

## Wykład 3

### Temat zajęć:

CRM - wady

### Streszczenie zajęć:

Tematem zajęć jest omówienie głównych wad i zalet systemu eCRM.

### Cel zajęć:

- omówienie zalet CRM
- omówienie wad CRM

### Forma zajęć:

Wykład + dyskusja dydaktyczna

### Materiały:

Prezentacja multimedialna

### Uwagi dla prowadzącego:

Jak każdy system, tak też CRM, ma swoje wady i zalety. Warto jest zwrócić uwagę na tym etapie wdrożenia, aby studenci potrafili wskazać zarówno wady, jak i zalety systemu.

Warto jest otworzyć z nimi dyskusję, co jeszcze ich zdaniem, może być korzystane po implikacji systemu, ale także jakie widzą skutki negatywne.

Na tym etapie można omówić ze studentami ich doświadczenia związane z korzystaniem z systemu, jakie są ich subiektywne odczucia, ale także obiektywne opinie.

## Wykład 4

### Temat zajęć:

CRM podstawowe moduły

### Streszczenie zajęć:

Tematem wykładu jest omówienie podstawowych modułów, z jakich składa się dobry system CRM.

### Cel zajęć:

- przedstawienie podstawowych modułów
- omówienie modułu sprzedażowego
- omówienie modułu marketingowego
- omówienie modułu obsługi posprzedażowej

### Forma zajęć:

Wykład + prezentacja systemu VCC

### Materiały:

Prezentacja multimedialna

### Uwagi dla prowadzącego:

Podczas tego wykładu warto skupić się na przedstawieniu i szczegółowym omówieniu 3 głównych modułów jakie powinien posiadać dobry system CRM. Na tym etapie można zaprezentować studentom system CRM, podzielić go na poszczególne moduły i wskazać zastosowanie.

Konieczne będzie wyjaśnienie pojęć cross i up – selling, które pojawiają się w jednym z modułów.

## Wykład 5

### Temat zajęć:

Bazy klientów

### Streszczenie zajęć:

Podczas tego wykładu student pozna różnice pomiędzy bazą klientów aktywnych a bazą klientów potencjalnych. W trakcie zajęć dowie się także, jakie są główne źródła pozyskiwania danych.

### Cel zajęć:

- omówienie zagadnienia związanego z pojęciem bazy klientów aktywnych
- omówienie zagadnienia związanego z pojęciem bazy klientów potencjalnych
- poznanie źródeł pozyskiwania danych

### Forma zajęć:

Wykład + dyskusja dydaktyczna

### Materiały:

Prezentacja multimedialna

### Uwagi dla prowadzącego:

Ten etap powinien wprowadzić studentów w zagadnienia związane z bazą danych. Student powinien znać różnice pomiędzy bazą klientów aktywnych a bazą klientów potencjalnych. Można tutaj otworzyć dyskusję dydaktyczną dotyczącą pozyskiwania i tworzenia bazy danych – skąd ich zdaniem najlepiej pozyskać jak najlepszą jakościowo bazę klientów. Warto także zapytać o ich doświadczenia – czy tworzyli już bazy danych i jaki sposób ich zdaniem powinny być najbardziej skuteczne.



## Wykład 6

### Temat zajęć:

Budowanie bazy klientów

### Streszczenie zajęć:

Kontynuacja wykładu 5. Tutaj student poznaje rolę jaką pełni stworzenie dobrej jakościowo bazy danych.

### Cel zajęć:

- poznanie roli jaką pełni baza danych
- jakość bazy danych
- zasady wdrożenia

### Forma zajęć:

Wykład + dyskusja dydaktyczna

### Materiały:

Prezentacja multimedialna

### Uwagi dla prowadzącego:

Na początku wykładu warto w dwóch zdaniach przypomnieć zagadnienia z wykładu 5, ponieważ są ze sobą mocno powiązane. Tutaj prowadzący powinien jednak skupić się na tym, jak dużą rolę pełni baza danych klientów. Dyskusja dydaktyczna pozwoli na poznanie ich punktu widzenia jaki impact finansowy dla przedsiębiorstwa niesie za sobą dobra jakościowo baza. Warto omówić co firma zyskuje, a ile może stracić.

Prowadzący kilka minut powinien poświęcić także na omówienie ze studentami, jak przed wdrożeniem strategii CRM wyglądała „baza danych” i o co warto zadbać przy jej implementacji do systemu.

## **Wykład 7**

### **Temat zajęć:**

CRM zastosowanie w praktyce

### **Streszczenie zajęć:**

W trakcie wykładu student zapoznaje się z praktycznymi aspektami wdrożenia CRM.

### **Cel zajęć:**

- poznanie zadań systemu CRM
- omówienie funkcji praktycznych systemu

### **Forma zajęć:**

Wykład + dyskusja dydaktyczna

### **Materiały:**

Prezentacja multimedialna

### **Uwagi dla prowadzącego:**

Prowadzący podczas tego wykładu powinien skupić się na przedstawieniu zadań systemu CRM. Praktyczne przedstawienie zastosowanie funkcji CRM będzie kluczowe przy wdrażaniu ich w system informatyczny.

Podczas wykładu, przy omawianiu zarówno zadań jak i zastosowań, warto otworzyć dyskusję dydaktyczną jakie studenci widzą zadania i zastosowanie – wynikające zarówno z ich praktyki jak i wiedzy zdobytej w trakcie wcześniejszych wykładów.

## Wykład 8

### Temat zajęć:

Kanały dotarcia do klientów

### Streszczenie zajęć:

Podczas zajęć omówiony zostanie temat kluczowych odbiorców systemu a także przypomnimy kanały dotarcia do potencjalnego klienta.

### Cel zajęć:

- omówienie głównych odbiorców systemu CRM (branże)
- przedstawienie kanałów dotarcia do potencjalnego klienta

### Forma zajęć:

Wykład + dyskusja dydaktyczna

### Materiały:

Prezentacja multimedialna

### Uwagi dla prowadzącego:

Wykład powinien przybrać formę dyskusji dydaktycznej. Tutaj, to studenci powinni zrobić „burzę mózgów”. Wskazać, które branże, ich zdaniem, najczęściej skorzystają na wdrożeniu systemu, a także podać uzasadnienie.

Wstępnie powinien zostać także zaprezentowany zarys głównych kanałów dotarcia – zajęcia będą kontynuowane na kolejnym wykładzie.

## **Wykład 9**

### **Temat zajęć:**

Kanały dotarcia do klientów cz 2

### **Streszczenie zajęć:**

W trakcie zajęć szczegółowo omówione zostaną kanały dotarcia do klientów.

### **Cel zajęć:**

- szczegółowe omówienie kanałów dotarcia do klientów

### **Forma zajęć:**

Wykład + dyskusja dydaktyczna

### **Materiały:**

Prezentacja multimedialna

### **Uwagi dla prowadzącego:**

Wykład jest kontynuacją wykładu 8.

Po wskazaniu i wymienieniu kanałów dotarcia do potencjalnych klientów na poprzednim wykładzie, tutaj prowadzący powinien skupić się na omówieniu każdego z nich. Dokładnej analizie – wskazaniu plusów i minusów.

## **Wykład 10**

### **Temat zajęć:**

Pozyskanie klienta – B2C

### **Streszczenie zajęć:**

Omówienie pojęcia B2C oraz przybliżenie pojęcia i roli segmentacji.

### **Cel zajęć:**

- zapoznanie się z definicją B2C
- omówienie roli i znaczenia segmentacji klientów

### **Forma zajęć:**

Wykład + dyskusja dydaktyczna

### **Materiały:**

Prezentacja multimedialna

### **Uwagi dla prowadzącego:**

Prowadzący na początku zajęć powinien zapoznać studentów z definicją pojęcia klienta B2C.

Dyskusja dydaktyczna powinna skupić się na omówieniu które firmy pracujące na polskim rynku skupiają się na dotarciu do klientów B2C – można omówić zarówno branże, jak i konkretne firmy.

Warto także wskazać znaczenie segmentacji – jak dużą rolę odgrywa w skutecznym pozyskiwaniu biznesu.

## **Wykład 11**

### **Temat zajęć:**

Pozyskanie klienta – B2B

### **Streszczenie zajęć:**

Omówienie pojęcia B2B.

### **Cel zajęć:**

- zapoznanie się z definicją klienta B2B

### **Forma zajęć:**

Wykład + dyskusja dydaktyczna

### **Materiały:**

Prezentacja multimedialna

### **Uwagi dla prowadzącego:**

Na początku wykładu prowadzący powinien zapoznać studentów z definicją pojęcia klienta B2B.

Dyskusja dydaktyczna powinna skupić się na omówieniu które firmy pracujące na polskim rynku skupiają się na dotarciu do klientów B2B – można omówić zarówno branże jak i konkretne firmy.

Warto omówić ze studentami jakie różnice widzą w dotarciu do klienta B2B a do klienta B2C i na czym należy się skupić przy pozyskiwaniu takiego biznesu.

## Wykład 12

### Temat zajęć:

Cele sprzedażowe

### Streszczenie zajęć:

Zajęcia powinny przybliżyć studentom jak ważną rolę sprzedażową odgrywa system CRM.

### Cel zajęć:

- omówienie znaczenia CRM przy wdrażaniu celów sprzedażowych
- przybliżenie danych zawartych w CRM kluczowych przy pozyskaniu biznesu

### Forma zajęć:

Wykład + dyskusja dydaktyczna

### Materiały:

Prezentacja multimedialna

### Uwagi dla prowadzącego:

Wykład ma na celu przygotowanie studentów do omówienia realizacji celów sprzedażowych.

Na tym etapie prowadzący powinien skupić się na omówieniu jaki wpływ w na realizację celów sprzedażowych ma system CRM. Powinien także wykazać kluczowe elementy systemu ułatwiające zarządzanie celami sprzedażowymi.

Studenci, w trakcie otwartej dyskusji, powinni omówić zakres danych jaki powinien zawierać system CRM niezbędny do realizacji celów sprzedaży.

## Wykład 13

### Temat zajęć:

Realizacja celów sprzedaży

### Streszczenie zajęć:

Omówienie roli systemu CRM w realizacji celów sprzedaży.

### Cel zajęć:

- szczegółowe omówienie danych jakie zawiera system CRM kluczowych przy realizacji celów sprzedażowych

### Forma zajęć:

Wykład + dyskusja dydaktyczna

### Materiały:

Prezentacja multimedialna

### Uwagi dla prowadzącego:

Na początku wykładu prowadzący powinien wrócić do zagadnienia omówionego na wykładzie 12 – dane o klientach zawarte w systemie CRM niezbędne do realizacji celów sprzedaży.

Każda z danych powinna zostać szczegółowo omówiona zarówno przez prowadzącego, jak i w trakcie otwartej dyskusji dydaktycznej.



## **Wykład 14**

### **Temat zajęć:**

Realizacja celów sprzedaży cz. 2

### **Streszczenie zajęć:**

Omówienie roli systemu CRM w realizacji celów sprzedaży – kontynuacja wykładu 13

### **Cel zajęć:**

- szczegółowe omówienie danych jakie zawiera system CRM kluczowych przy realizacji celów sprzedażowych

### **Forma zajęć:**

Wykład + dyskusja dydaktyczna

### **Materiały:**

Prezentacja multimedialna

### **Uwagi dla prowadzącego:**

Na początku wykładu prowadzący powinien wrócić do zagadnienia omówionego na wykładzie 12 oraz 13 – dane o klientach zawarte w systemie CRM niezbędne do realizacji celów sprzedaży.

Każda z danych powinna zostać szczegółowo omówiona, zarówno przez prowadzącego, jak i w trakcie otwartej dyskusji dydaktycznej.

Wykład ten jest kontynuacją wykładu 13 i powinien przybrać podobną formę.

## Wykład 15

### Temat zajęć:

Lejek sprzedażowy

### Streszczenie zajęć:

Przybliżenie zagadnienia związanego z lejkiem sprzedażowym.

### Cel zajęć:

- definicja lejka sprzedażowego
- zapoznanie się z zaletami lejka

### Forma zajęć:

Wykład + dyskusja dydaktyczna

### Materiały:

Prezentacja multimedialna

### Uwagi dla prowadzącego:

Przed wszystkim wykład należy rozpocząć od zapoznania studentów z pojęciem lejka sprzedażowego. Można rozpocząć dyskusję, czy któryś ze studentów spotkał się już z takim pojęciem, a może któryś z nich miał możliwość pracy na takiej metodzie.

Warto omówić ze studentami zalety stworzenia lejka sprzedażowego – tutaj także prowadzący może poprowadzić wykład w formie otwartej dyskusji.

Studenci mogą spróbować stworzyć zarys lejka.

## Wykład 16

### Temat zajęć:

Zarządzanie procesem sprzedaży przy użyciu systemu CRM

### Streszczenie zajęć:

Zagłębienie procesu zarządzania sprzedażą przy wsparciu systemu CRM

### Cel zajęć:

- przybliżenie zagadnienia związanego z procesem zarządzania sprzedażą
- omówienie kluczowych danych niezbędnych w trakcie procesu zarządzania sprzedażą

### Forma zajęć:

Wykład + dyskusja dydaktyczna

### Materiały:

Prezentacja multimedialna

### Uwagi dla prowadzącego:

Prowadzący na początku zajęć powinien skupić się na rozwinięciu zagadnienia „zarządzania sprzedażą”. Powinien nakreślić kluczowe elementy systemu CRM, które mają realny wpływ na zarządzanie sprzedażą.

Wykład w dalszej części powinien przybrać formę dyskusji, podczas której wskazane przez wykładowcę elementy, zostaną rozwinięte i szczegółowo omówione.

## Wykład 17

### Temat zajęć:

Wprowadzenie danych do systemu CRM

### Streszczenie zajęć:

Omówienie zakresu danych jakie powinny znaleźć się w systemie CRM aby skutecznie zarządzać sprzedażą.

### Cel zajęć:

- omówienie kluczowych danych zawartych w CRM

### Forma zajęć:

Wykład + dyskusja dydaktyczna

### Materiały:

Prezentacja multimedialna

### Uwagi dla prowadzącego:

Wykład może przybrać formę dyskusji dydaktycznej. Warto, aby studenci przypomnieli sobie, jak dużą rolę w skutecznym zarządzaniu sprzedażą, odgrywają dobre jakościowo dane.

Warto, aby studenci wykazali jakie skutki niesie za sobą niepoprawnie zarządzana baza danych.

Można poprosić studentów o podanie konkretnych przykładów.

## **Wykład 18**

### **Temat zajęć:**

Segmentacja klientów

### **Streszczenie zajęć:**

Szczegółowe przybliżenie i omówienie tematu związanego z segmentacją Klientów.

### **Cel zajęć:**

- poznanie rodzajów segmentacji
- zapoznanie się z celami wdrożenia segmentacji

### **Forma zajęć:**

Wykład + dyskusja dydaktyczna

### **Materiały:**

Prezentacja multimedialna

### **Uwagi dla prowadzącego:**

Na początku zajęć warto przypomnieć czym jest segmentacja, dlaczego jest tak ważna oraz omówić najczęściej stosowane rodzaje segmentacji.

Tutaj warto, na przykładzie systemu CRM, pokazać studentom, jak system ułatwia zarządzanie segmentacją i jak dużą rolę odgrywa w zarządzaniu tym procesem.

W trakcie dyskusji można omówić ze studentami, czy w swoim życiu zawodowym spotkali się już z segmentacją, czego ona dotyczyła i jaki wpływ miała na ich pracę.

## Wykład 19

### Temat zajęć:

Aktualizacja danych klientów

### Streszczenie zajęć:

Omówienie procesu aktualizacji danych klientów.

### Cel zajęć:

- przypomnienie zagadnień związanych z bazą danych klientów
- omówienie procesu aktualizacji z punktu widzenia strategii oraz systemu

### Forma zajęć:

Wykład + dyskusja dydaktyczna

### Materiały:

Prezentacja multimedialna

### Uwagi dla prowadzącego:

Warto, aby prowadzący wskazał, jak ważną rolę w strategii zarządzania relacjami z klientem odgrywa aktualizacja bazy danych.

Na tym etapie można pokazać studentom, które dane w systemie eCRM powinny być na bieżąco aktualizowane.

Dyskusja dydaktyczna powinna dotknąć skutków braku aktualizacji danych – studenci mogą wskazać konkretne przykłady bazując na własnej opinii lub wiedzy.

## Wykład 20

### Temat zajęć:

Rodzaje programów CRM

### Streszczenie zajęć:

Poruszony zostanie temat odpowiedniego dopasowania systemów CRM do struktur przedsiębiorstwa.

### Cel zajęć:

- omówienie działów korzystających z systemu CRM
- przedstawienie elementów z jakich składa się system CRM

### Forma zajęć:

Wykład + dyskusja dydaktyczna

### Materiały:

Prezentacja multimedialna

### Uwagi dla prowadzącego:

Wykładowca podczas zajęć powinien, w ramach przypomnienia, omówić ze studentami głównych odbiorców systemu CRM – przedstawić poszczególne działy.

Nawiązując do kolejnego wykładu, powinny zostać zaprezentowane elementy składowe systemu.

## **Wykład 21**

### **Temat zajęć:**

CRM operacyjny

### **Streszczenie zajęć:**

Omówienie elementów operacyjnych systemu CRM.

### **Cel zajęć:**

- zapoznanie się z strukturą operacyjnego systemu CRM

### **Forma zajęć:**

Wykład

### **Materiały:**

Prezentacja multimedialna

### **Uwagi dla prowadzącego:**

Wykładowca powinien w trakcie zajęć posilkować się systemem CRM.

Należy wskazać studentom, które elementy CRM zaliczają się do grupy elementów operacyjnych.



## Wykład 22

### Temat zajęć:

CRM analityczny

### Streszczenie zajęć:

Omówienie elementów analitycznych systemu CRM.

### Cel zajęć:

- zapoznanie się z strukturą analityczną systemu CRM

### Forma zajęć:

Wykład

### Materiały:

Prezentacja multimedialna

### Uwagi dla prowadzącego:

Wykładowca powinien w trakcie zajęć posilkować się systemem CRM.

Należy wskazać studentom, które elementy CRM zaliczają się do grupy elementów analitycznych.

## Wykład 23

### **Temat zajęć:**

CRM komunikacyjny

### **Streszczenie zajęć:**

Omówienie elementów komunikacyjnych systemu CRM.

### **Cel zajęć:**

- zapoznanie się z strukturą komunikacyjną systemu CRM

### **Forma zajęć:**

Wykład

### **Materiały:**

Prezentacja multimedialna

### **Uwagi dla prowadzącego:**

Wykładowca powinien w trakcie zajęć posilkować się systemem CRM.

Należy wskazać studentom, które elementy CRM zaliczają się do grupy elementów komunikacyjnych w systemie.

## Wykład 24

### Temat zajęć:

RODO czyli ochrona danych osobowych

### Streszczenie zajęć:

Omówienie zagadnień związanych z ochroną danych osobowych

### Cel zajęć:

- zapoznanie studentów z rozporządzeniem dotyczącym ochrony danych osobowych
- omówienie głównych pojęć

### Forma zajęć:

Wykład

### Materiały:

Prezentacja multimedialna

### Uwagi dla prowadzącego:

Należy omówić główne zagadnienia dotyczące ochrony danych osobowych:

- kiedy przepis wszedł w życie
- wyjaśnienie pojęcia osoba fizyczna
- wyjaśnienie pojęcia osoba prawna
- dane osobowe według RODO
- rodzaje danych osobowych

## Wykład 25

### Temat zajęć:

Przetwarzanie danych osobowych a zarządzanie relacjami z klientem

### Streszczenie zajęć:

Omówienie pojęć związanych z przetwarzaniem danych osobowych

### Cel zajęć:

- zapoznanie się z pojęciami związanymi z przetwarzaniem danych osobowych

### Forma zajęć:

Wykład + dyskusja dydaktyczna

### Materiały:

Prezentacja multimedialna

### Uwagi dla prowadzącego:

Wykładowca powinien skupić się na omówieniu ze studentami zagadnienia dotyczącego przetwarzania danych osobowych.

Na tym etapie wdrożenia w zagadnienia związane z RODO można uruchomić dyskusję otwartą na temat nowych przepisów.

Można zadać studentom pytania:

- czy odczuli wpływ nowej ustawy
- jak nowa ustawa wpłynęła na ich obowiązki zawodowe

## **Wykład 26**

### **Temat zajęć:**

CRM a ochrona danych osobowych

### **Streszczenie zajęć:**

Kontynuacja tematu związanego z ochroną danych osobowych.

### **Cel zajęć:**

- omówienie zasad przetwarzania danych osobowych
- omówienie kwestii bezpieczeństwa danych a system CRM

### **Forma zajęć:**

Wykład

### **Materiały:**

Prezentacja multimedialna

### **Uwagi dla prowadzącego:**

Na wykładzie należy poruszyć temat zasad przetwarzania danych osobowych.

Studenci powinni zapoznać się z definicjami dotyczącymi administratora danych osobowych, a także procesora danych osobowych – wykładowca powinien zaprezentować różnice.

Należy omówić kwestie dotyczące bezpieczeństwa danych przy wykorzystywaniu systemu CRM.

## Wykład 27

### Temat zajęć:

Proces sprzedaży podstawowe pojęcia.

### Streszczenie zajęć:

Omówienie podstawowych pojęć związanych z procesem sprzedaży.

### Cel zajęć:

- zapoznanie studentów z podstawowymi pojęciami dotyczącymi procesu sprzedaży

### Forma zajęć:

Wykład

### Materiały:

Prezentacja multimedialna

### Uwagi dla prowadzącego:

Początek wykładu powinien dotyczyć omówienia podstawowych definicji związanych z procesem sprzedaży:

- klient prospect,
- klient existing
- osoba kontaktowa
- osoba decyzyjna
- lead

W drugiej części wykładu wykładowca powinien odnieść się bezpośrednio do systemu CRM, wskazując studentom podstawowe aktywności sprzedażowe, takie jak handlową rozmowę telefoniczną, spotkanie oraz zadanie.

## Wykład 28

### Temat zajęć:

Proces sprzedaży – monitorowanie działań

### Streszczenie zajęć:

Wskazanie studentom jak skutecznie system CRM wpływa na monitorowanie działań handlowych.

### Cel zajęć:

- prezentacja studentom wpływu systemu na monitorowanie działań handlowych
- omówienie etapów sprzedaży

### Forma zajęć:

Wykład

### Materiały:

Prezentacja multimedialna

### Uwagi dla prowadzącego:

Wykładowca powinien wskazać grupie, jak dużą rolę odgrywa system informatyczny CRM w monitorowaniu i zarządzaniu sprzedażą.

Należy pokazać studentom kluczowe monitory aktywności sprzedażowych na bazie systemu VCC.

Warto omówić zaprezentować poszczególne etapy raportowania sprzedaży w systemie.

## Wykład 29

### **Temat zajęć:**

Działania sprzedażowe realizowane w oparciu o zasadę SMART

### **Streszczenie zajęć:**

Prezentowanie metody wyznaczania celów.

### **Cel zajęć:**

- zapoznanie studentów z metodą wyznaczania celów S.M.A.R.T.

### **Forma zajęć:**

Wykład + dyskusja dydaktyczna

### **Materiały:**

Prezentacja multimedialna

### **Uwagi dla prowadzącego:**

Korzystając z prezentacji wykładowca powinien omówić po kolei każdy z elementów metody SMART – warto przy każdym z elementów wskazywać konkretne przykłady.

Warto omawiać cele w trakcie dyskusji dydaktycznej i włączyć studentów w aktywne omawianie tematu.



## Wykład 30

### Temat zajęć:

Tworzenie lejków sprzedażowych

### Streszczenie zajęć:

Etapy i budowanie lejka sprzedażowego

### Cel zajęć:

- przybliżenie tematyki lejka sprzedażowego
- poznanie studentów z poszczególnymi etapami lejka

### Forma zajęć:

Wykład + dyskusja dydaktyczna

### Materiały:

Prezentacja multimedialna

### Uwagi dla prowadzącego:

Na tym etapie warto włączyć studentów w czynny udział w zajęciach – należy odświeżyć wiedzę z wykładu 15 gdzie zostali zapoznani z definicją i zaletami tworzenia lejków.

Wykład można poprowadzić w formie ćwiczenia gdzie na konkretnym przykładzie handlowym studenci wskażą jak powinna wyglądać budowa lejka.

## Wykład 31

### Temat zajęć:

Konfiguracja i wdrożenie systemu eCRM

### Streszczenie zajęć:

Zapoznanie się z kluczowymi elementami jak wdrożenie i konfiguracja systemu.

### Cel zajęć:

- omówienie elementów konfiguracji systemu
- omówienie kluczowych elementów wdrożenia
- omówienie korzyści płynących z wdrożenia systemu

### Forma zajęć:

Wykład + dyskusja dydaktyczna

### Materiały:

Prezentacja multimedialna

### Uwagi dla prowadzącego:

Wykład podzielony na dwa spotkania.

Na spotkaniu wdrażającym w temat warto zadbać o omówienie najważniejszych elementów przy dopasowaniu systemu do potrzeb przedsiębiorstwa. Należy omówić składowe konfiguracji oraz kluczowe aspekty związane z wdrożeniem systemu.

Podczas dyskusji dydaktycznej, studenci powinni wymienić jakie korzyści, ich zdaniem, niesie wdrożenie systemu informatycznego do organizacji – będzie to przypomnienie omówionych już wcześniej zagadnień.

## Wykład 32

### Temat zajęć:

Konfiguracja i wdrożenie systemu eCRM cz 2

### Streszczenie zajęć:

Omówienie elementów związanych z konfiguracją systemu oraz wdrożeniem systemu.

### Cel zajęć:

- szczegółowe omówienie elementów konfiguracji
- omówienie skuteczności wdrożenia

### Forma zajęć:

Wykład + dyskusja dydaktyczna

### Materiały:

Prezentacja multimedialna

### Uwagi dla prowadzącego:

Kontynuacja wykładu 31.

Podczas tego spotkania należy szczegółowo omówić ze studentami tematy związane z:

- nadawaniem uprawnień
- importowaniem bazy danych
- szkoleniem pracowników

## Wykład 33

### Temat zajęć:

Raporty

### Streszczenie zajęć:

Omówienie ze studentami możliwości analitycznych jakie niesie ze sobą system CRM – raporty.

### Cel zajęć:

- zapoznanie studentów z możliwościami analitycznymi systemu

### Forma zajęć:

Wykład + dyskusja dydaktyczna

### Materiały:

Prezentacja multimedialna

### Uwagi dla prowadzącego:

Ważne jest, aby podczas tego wykładu wskazać studentom, jak ważną rolę analityczną pełni system CRM. Należy zadbać o przedstawienie studentom, jak kluczową rolę w procesach sprzedażowych odgrywają raporty.

Warto omówić najważniejsze raporty dotyczące sprzedaży i na konkretnych przykładach podać jaki mają impact na sprzedaż – w dyskusję warto zaangażować grupę.

## Wykład 34

### Temat zajęć:

Możliwości systemu CRM

### Streszczenie zajęć:

Wyznaczenie celów sprzedażowych, kluczowi klienci, utracony biznes, analiza sprzedaży – wpływ CRM.

### Cel zajęć:

- zapoznanie studentów z kluczowymi korzyściami wdrożenia CRM w procesie sprzedaży

### Forma zajęć:

Wykład + dyskusja dydaktyczna

### Materiały:

Prezentacja multimedialna

### Uwagi dla prowadzącego:

Na tym etapie warto poprowadzić wykład w formie dyskusji dydaktycznej.

Warto przedstawić studentom kluczowe elementy zarządzania sprzedażą:

- wyznaczanie celów
- kluczowi klienci
- utracony biznes
- analiza sprzedaży

i zadbać aby to oni wskazali jak CRM pomaga w zarządzaniu ww elementami.

## **Wykład 35**

### **Temat zajęć:**

Wdrożenie systemu CRM – wady i zalety

### **Streszczenie zajęć:**

Omówienie wad i zalet przy wdrażaniu systemu eCRM.

### **Cel zajęć:**

- wskazanie zalet wdrożenia systemu do organizacji
- omówienie wad pojawiających się w trakcie wdrażania

### **Forma zajęć:**

Wykład + dyskusja dydaktyczna

### **Materiały:**

Prezentacja multimedialna

### **Uwagi dla prowadzącego:**

Warto, aby na tym etapie omówić ze studentami jakie są kluczowe kryteria sukcesu wdrożenia systemu.

W trakcie otwartej dyskusji dydaktycznej wykładowca powinien poruszyć temat wad oraz zalet jakie pojawią się w trakcie i po implementacji systemu.

## Wykład 36

### Temat zajęć:

„Churn” wskaźnik utraty klientów i rola CRM w utrzymaniu klienta

### Streszczenie zajęć:

Omówienie roli jaką odgrywa system CRM w procesie zarządzania utratą biznesu.

### Cel zajęć:

- omówienie procesu utraty biznesu
- omówienie migracji voluntary i involuntary

### Forma zajęć:

Wykład + dyskusja dydaktyczna

### Materiały:

Prezentacja multimedialna

### Uwagi dla prowadzącego:

Studenci powinni omówić z prowadzącym wpływ systemu CRM na zarządzanie utratą biznesu.

Prowadzący powinien przedstawić dwa rodzaje migracji – z inicjatywy Klienta i z inicjatywy dostawcy produktu/usługi.

Na wykładnie, w trakcie dyskusji, można omówić które branże aktualnie borykają się z największą migracją wśród Klienta i dlaczego.

## **Wykład 37**

### **Temat zajęć:**

Lead sprzedażowy

### **Streszczenie zajęć:**

Zapoznanie studentów z pojęciem leada sprzedażowego. Omówienie zarządzania leadem.

### **Cel zajęć:**

- zapoznanie się z pojęciem lead sprzedażowego
- wpływ CRM na zarządzanie leadem

### **Forma zajęć:**

Wykład + dyskusja dydaktyczna

### **Materiały:**

Prezentacja multimedialna

### **Uwagi dla prowadzącego:**

Wykładowca powinien zapoznać grupę z pojęciem leadów sprzedażowych. Powinien zostać omówiony cały proces pozyskiwania leadów. Studenci powinni uzyskać wiedzę, w jaki sposób leady przekładają się na sprzedaż i jaką rolę w zarządzaniu leadami odgrywa system CRM.

Podczas wykładów studentom powinna zostać zaprezentowana zakładka, w której znajdują się „szanse sprzedaży”.



## **Wykład 38**

### **Temat zajęć:**

Jak przygotować dobrą ofertę handlową?

### **Streszczenie zajęć:**

Student zapozna się z procesem przygotowania oferty handlowej.

### **Cel zajęć:**

- określenie czym jest oferta handlowa
- przygotowanie prezentacji

### **Forma zajęć:**

Wykład + dyskusja dydaktyczna

### **Materiały:**

Prezentacja multimedialna

### **Uwagi dla prowadzącego:**

W trakcie zajęć prowadzący powinien omówić ze studentami, co kryje się pod określeniem oferta handlowa. Warto, aby studenci omówili kilka możliwości prezentacji swojej oferty.

Dalsza część zajęć powinna przybrać formę pracy dydaktycznej, gdzie studenci w kilku krokach wskażą elementy dobrze przygotowanej oferty handlowej.

## Wykład 39

### **Temat zajęć:**

Podsumowanie cz. 1

### **Streszczenie zajęć:**

Przypomnienie głównych zagadnień dotyczących systemu CRM.

### **Cel zajęć:**

- odświeżenie wiedzy zdobytej na wykładach

### **Forma zajęć:**

Wykład + dyskusja dydaktyczna

### **Materiały:**

Prezentacja multimedialna

### **Uwagi dla prowadzącego:**

Prowadzący powinien wrócić ze studentami do zagadnień związanych z systemem CRM takich jak:

- definicja CRM
- cele wdrożenia
- determinanty implementacji
- podstawowe moduły systemu
- bazy klientów

## **Wykład 40**

### **Temat zajęć:**

Podsumowanie cz 2

### **Streszczenie zajęć:**

Przypomnienie głównych zagadnień dotyczących systemu CRM.

### **Cel zajęć:**

- odświeżenie wiedzy zdobytej na wykładach

### **Forma zajęć:**

Wykład + dyskusja dydaktyczna

### **Materiały:**

Prezentacja multimedialna

### **Uwagi dla prowadzącego:**

Prowadzący powinien wrócić ze studentami do zagadnień poruszonych na wykładach związanych ze sprzedażą:

- lejek sprzedażowy
- etapy sprzedaży
- zasada S.M.A.R.T.
- lead sprzedażowy.