

ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΣΧΕΣΕΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ

Η Διαχείριση Πελατειακών Σχέσεων (CRM) είναι μία ευρέως εφαρμοσμένη στρατηγική για την διαχείριση των αλληλεπιδράσεων μιας επιχείρησης με τους πελάτες της. Αυτό περιλαμβάνει και την χρήση τεχνολογίας για την οργάνωση, αυτοματοποίηση και συγχρονισμό διεργασιών – που κυρίως αφορούν δραστηριότητες πωλήσεων, το μάρκετινγκ, την εξυπηρέτηση πελατών και την τεχνική υποστήριξη.

Οι φοιτητές, μετά την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος, θα είναι σε θέση:

- Να έχουν θεωρητικές γνώσεις γύρω από το Μάρκετινγκ των σχέσεων και την Πελατοκεντρική φιλοσοφία
- Να γνωρίζουν τα βασικά χαρακτηριστικά ενός πληροφοριακού συστήματος διοίκησης και μάρκετινγκ.
- Να κατανοούν το ρόλο του μάρκετινγκ για τη σωστή λειτουργία ενός e-CRM.
- Να έχουν επαρκή γνώση για την εφαρμογή της φιλοσοφίας CRM και του πληροφοριακού συστήματος σε μια επιχείρηση.
- Να διαχειρίζονται επιχειρησιακές εφαρμογές, οι οποίες επικεντρώνονται στην αμφίδρομη επικοινωνία με τους πελάτες και στην εξόρυξη και ανάλυση πληροφοριών.
- Να αξιολογούν συστήματα διαχείρισης πελατειακών σχέσεων