

Самостійна робота

Тема: Характеристика CRM-систем в маркетингу

Мета роботи

Ознайомитися з сутністю та основними характеристиками CRM-систем, розкрити їх роль у маркетинговій діяльності підприємства та зрозуміти специфіку застосування для управління відносинами з клієнтами.

Теоретичні питання для опрацювання

1. Які показники ефективності маркетингу можна відстежувати за допомогою CRM?
2. Як CRM допомагає формувати стратегії лояльності клієнтів?
3. Які інструменти автоматизації маркетингових кампаній містять сучасні CRM-системи?
4. Чим відрізняється використання CRM у B2B та B2C маркетингу?
5. Які сучасні тенденції розвитку CRM у маркетинговій діяльності підприємств?
6. Як застосування CRM підвищує конкурентоспроможність компанії?
7. Які основні переваги та недоліки CRM у маркетингу можна виділити?

Завдання для виконання

1. Складіть таблицю «**Основні функції CRM-систем у маркетингу**» (мінімум 5 функцій із поясненням).
2. Наведіть приклади відомих CRM-систем (наприклад: Salesforce, HubSpot, Zoho, Microsoft Dynamics 365) та коротко охарактеризуйте їх можливості для маркетингу.
3. Опишіть, як CRM-система може допомогти підприємству:
 - у зборі й аналізі інформації про клієнтів;
 - у побудові довгострокових відносин із клієнтами;
 - у підвищенні ефективності маркетингових кампаній.