

Budowa relacji z klientami na przykładzie XYZ sp. z o.o (producent osprzetu kablowego).

Wstęp.....3

Rozdział 1.

Marketing partnerski w działalności firmy

1.1. Definicje i istota marketingu partnerskiego.....5

1.2. Uwarunkowania kreowania relacji z partnerami biznesowymi..... 12

1.3. Budowa relacji z partnerami biznesowymi a wzrost konkurencyjności firmy.....20

Rozdział 2.

Proces budowy relacji z klientami

2.1. Etapy kształtowania relacji z klientami24

2.1.1. Budowa zaufania31

2.1.2. Utrwalanie relacji35

2.2. Narzędzia budowy relacji z klientami..... 38

2.2.1. Spotkania i szkolenia..... 44

2.3. Korzysci wynikające z rozwoju partnerskich relacji..... 47

Rozdział 3.

Relacje z klientami na przykładzie firmy XYZ sp. z o.o.

3.1. Prezentacja firmy XYZ sp. z o.o..... 54

3.2. Przykłady budowy relacji z klientami57

3.3. Skutki budowy relacji z klientami dla konkurencyjności firmy..... 66

Podsumowanie.....	72
Bibliografia.....	74