

Opracowanie kompleksowego systemu dystrybucji i pozyskiwania klientów

Wstęp

Rozdział 1

Podstawowe zagadnienia dystrybucji oraz obsługi klienta

1.1. Wprowadzenie do dystrybucji

1.2. Relacje z klientami – logistyczna obsługa klientów

1.3. Nastawienie do klientów na różnych rynkach

Rozdział 2

Ewolucja metod pozyskiwania klientów

2.1. Czynniki globalizacyjne oraz współczesne zachowania zakupowe klientów

2.2. Dystrybucja oraz pozyskiwanie klientów poprzez globalny Internet

2.3. CRM – zarządzanie relacjami

Rozdział 3

Koncepcja przeprojektowania systemu dystrybucji oraz pozyskiwania klientów dla wybranego produktu

3.1. Charakterystyka wstępna produktu i aktualnych sposobów dystrybucji i pozyskiwania klientów

3.2. Projekt nowego systemu

Zakończenie

Spis literatury

Spis tabel i rysunków
Załączniki