

System dystrybucji i pozyskiwania klientów

Wprowadzenie.....2

Rozdział 1

Podstawowe zagadnienia dystrybucji i obsługi klienta

- 1.1. Wprowadzenie do dystrybucji dóbr..... 4
- 1.2. Relacje z klientami i ich logistyczna obsługa..... 14
- 1.3. Postrzegania klientów na różnych rodzajach rynków25

Rozdział 2

Ewolucja metod pozyskiwania klientów

- 2.1. Czynniki globalizacyjne i współczesne zachowania zakupowe klientów..... 32
- 2.2. Dystrybucja i pozyskiwanie klientów poprzez Internet..... 39
- 2.3. Zarządzanie relacjami z klientem..... 44

Rozdział 3

Koncepcja przeprojektowania systemu dystrybucji i pozyskiwania klientów dla wybranego produktu

- 3.1. Charakterystyka wstępna produktu oraz aktualnych sposobów dystrybucji i pozyskiwania klientów57
- 3.2. Projekt nowego systemu69

Podsumowanie82

Bibliografia.....85

Spis tabel89

Spis rysunków90

Spis załączników92

Opis zawartości pracy:

Na przestrzeni pracy dyplomowej omówiono m.in.: pojęcie dystrybucji, pojęcie logistycznej obsługi klienta, uwarunkowania postrzegania klientów na różnych rynkach, kształtowanie tradycyjnych sieci dystrybucji oraz podstawowe procedury obsługi klientów. W dalszej części zawarto wiedzę o nowoczesnych metodach pozyskiwania klientów; omówiono współczesne zachowania zakupowe klientów, zagadnienia internacjonalizacji i coraz szersze wykorzystywanie nowoczesnych technologii informacyjno-komunikacyjnych. Znalazło się również miejsce na opisanie koncepcji zarządzania relacjami z klientem.

Ostatni część opracowania ma charakter typowo badawczy, i traktuje o wybranym produkcie, dotyczyć będzie właściwej próby rozbudowy systemu jego dystrybucji i pozyskiwania klientów, wcześniej opisując aktualny tego model. Scharakteryzowano wybrany produkt oraz rynek, na który docelowo trafia, bez której to wiedzy niemożliwym byłoby prowadzenie dalszych praktycznych rozważań. Dalej, autor zamierza dokonać próby rozbudowy systemu, w podziale na wykorzystanie elementów podejścia tradycyjnego oraz podejścia nowoczesnego (z wykorzystaniem internetowych platform handlowych).