

**CRM (CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT)
JAKO NIEZBĘDNA KONCEPCJA DLA TWORZENIA
DŁUGOOKRESOWYCH RELACJI POMIĘDZY
KLIENTAMI I FIRMAMI**

Streszczenie

Artykuł stara się wyjaśnić czym są systemy typu CRM oraz opisać główne narzędzia wspomagające te systemy, takie jak data warehouse, data mining czy punkty obsługi klienta. Te narzędzia pomagają w nowoczesny sposób zbierać oraz przetwarzać informacje, tak aby następnie firmy były w stanie w jak najpełniejszy i najdoskonalszy sposób obsługiwać swoich klientów. Istnieje wiele różnych sposobów, aby bezpośrednio utrzymywać interakcję z klientami, przy czym artykuł skupia głównie uwagę na centrach obsługi telefonicznej jako na jednej z najbardziej powszechnych obecnie metod obsługi klientów. Ponadto w artykule znajduje się także opis różnorodnych kampanii opierających się na systemach CRM takich jak: powtórne pozyskiwanie klientów i ich utrzymywanie, cross-selling (sprzedaż krzyżową) i up-selling (sprzedaż dodaną) jak również kampanie lojalnościowe.