

Viliam Lendel

Milan Kubina

DIAGNOSTIKA ÚROVNE SLOVENSKÝCH PODNIKOV V OBLASTI IMPLEMENTÁCIE CRM¹ DO PODNIKOVEJ PRAXE

***Abstract:** The last several years saw the rise of Customer Relationship Management (CRM) as an important business approach. Customer Relationship Management is a comprehensive business and marketing strategy that integrates technology, process, and people. The objective of CRM is to increase the firm's profit as well as customer loyalty and customer satisfaction. The paper describes a research methods focused on diagnostics of the level of Slovak companies in the CRM area. In order to achieve reliability and information value of the research, medium and large businesses were addressed. The paper presents all results of the questionnaire research used and focuses on base results that diagnose the level of Slovak companies in the CRM area.*

***Key words:** CRM, CRM process, customer, relations, research, implementation*

JEL: M 15

Úvod

V súčasnosti zohráva čoraz významnejšiu úlohu poskytovanie nadštandardných služieb a rýchla reakcia prakticky na každú podstatnú požiadavku zákazníka bez ohľadu na to, či prichádza telefonicky, prostredníctvom internetu alebo vo forme osobného kontaktu. Samozrejmosťou sa stáva poskytovanie komplexného zákazníckeho servisu umožňujúceho efektívne pracovať s informáciami o zákazníkoch, o ich požiadavkách a poskytnutých službách. Aby spoločnosti mohli dosahovať vyššiu ziskovosť, musia zabezpečiť dôsledné poskytovanie služieb a podporiť vernosť svojich zákazníkov. To je možné len na základe dlhodobého, obojstranne výhodného (ziskového) vzťahu. Jedným z kľúčových nástrojov starostlivosti o svojich zákazníkov a získavania ich vernosti je *riadenie vzťahov so zákazníkmi*.

¹ Customer relationship management – riadenie vzťahov so zákazníkmi.