

Formation de E-Marketer

Module BM04: Gestion des relations et des risques

Exercice individuel

Le but de la gestion des relations est de trouver la zone de chevauchement entre les attentes des parties prenantes et la société. Pour ce faire, nous devons examiner les attentes des parties prenantes, négocier et influencer les désirs des parties prenantes afin d'assurer la conformité stricte des objectifs et des attentes de l'entreprise, démontrez que les opinions des parties prenantes sont légitimes en y répondant et en établissant des règles de fonctionnement. Dans le tableau ci-dessous, vous trouverez des exemples de ces actions pour les entreprises opérant dans différentes branches. Veuillez remplir les champs vides en pensant à vos clients en tant que groupe d'intervenants que vous souhaitez analyser.

Comment le faire - il y a le même nombre d'attentes clients possibles / attentes de gestion possibles / démonstration de l'engagement / établissement de règles (lignes) pour chaque cas. Ils correspondent les uns aux autres. Voir par exemple la branche des voitures. Une des attentes est le prix bas (action 1). C'est pourquoi la société peut inclure certaines fonctionnalités supplémentaires dans le prix (par exemple ajouter une A / C) (action 2). Pour montrer notre engagement, nous proposons différentes séries de voitures pour différents groupes de clients (par ex. Voitures pour entreprises) (action 3). Nous pouvons également introduire des restrictions pour les distributeurs de voitures de sorte que les voitures ne peuvent pas être vendues moins cher que X.

Branches	Voitures (exemple)	FMCG	Carburants
1. Identification des attentes des clients	<ul style="list-style-type: none"> Prix Qualité Fonctionnalité Adhésion Prestige Valeur dans le temps 	<ul style="list-style-type: none"> Prix Spécifique caractéristiques du produit Sécurité (certifications etc.) Disponibilité Adhésion 	
2. Gestion des attentes	<ul style="list-style-type: none"> Regroupement avantages La recherche des attentes des clients et de présenter de nouvelles applications / fonctionnalités 		<ul style="list-style-type: none"> Offre Additionnelle Réaction à PR négatif Carte de carburant dans les stations



	<ul style="list-style-type: none">• Initier le fanclub• Création de marque / publicité dans les médias pertinents• Maintenir la qualité et les prix à un certain niveau		<ul style="list-style-type: none">• Relation niveau de service / prix
3. Démonstration de l'engagement	<ul style="list-style-type: none">• Séries dédiées• Politique d'information• Médias sociaux et blogs employés• Parrainage de fans clubs• PR• Politique d'information	<ul style="list-style-type: none">• Régulation de la marge• Organisation de spectacles, participation aux classements• Recherche• Partage de la marge et du budget marketing• Engager l'équipe en tant qu'ambassadeurs de la marque	
4. Établissement de règles	<ul style="list-style-type: none">• Prix barrières, suggestion de prix• normes Qualité• Catégorisation• licences de fans Clubs• Sélection de clients / sélection de groupes• Politique concernant le service et les pièces de rechange		<ul style="list-style-type: none">• Prix Suggestif• Qualité normes• Construction d'un réseau de distribution