



e-Marketer – szkolenie

Moduł BM04: Zarządzanie relacjami i ryzykiem

Ćwiczenie grupowe

Pamiętając o definicji ryzyka i strategii zarządzania ryzykiem, uzupełnijcie poniższe tabele dla konkretnego przypadku: Wasza firma chce zwiększyć sprzedaż konkretnego produktu. Musicie więc zainwestować w kampanię marketingową online, aby przygotować materiały informacyjne i promocyjne, które zainteresują Waszych klientów.

Pomyślcie o najistotniejszych ryzykach (pozytywnych i negatywnych) i uzupełnijcie poniższą tabelę.

1. Opis ryzyka

Nazwa ryzyka	Opis ryzyka

2. Jakościowe zarządzanie ryzykiem

Zastanówcie się, jaki wpływ ma to ryzyko na Waszą firmę. Może to być koszt finansowy, przewaga rynkowa, oszczędność czasu, lub kombinacja kilku z nich. Zróbcie to szczegółowo.

Nazwa ryzyka	Wpływ ryzyka

3. Ilościowe zarządzanie ryzykiem

Zastanówcie się, jakie jest prawdopodobieństwo wystąpienia ryzyka i jego wpływ. Następnie określcie typ ryzyka, korzystając z poniższej macierzy.

Nazwa ryzyka	Prawdopodobieństwo (1-4)	Wpływ (1-4)	Wynik	Typ


TYP RYZYKA

Małe	Średnie	Duże	Bardzo poważne
1-3	4-6	8-9	12-16

		Wpływ			
		Niski 1	Średni 2	Wysoki 3	Bardzo wysoki 4
Prawdopodobieństwo	Bardzo niskie 1	1	2	3	4
	Niskie 2	2	4	6	8
	Średnie 3	3	6	9	12
	Wysokie 4	4	8	12	16

4. Plan zarządzania ryzykiem

Nazwa ryzyka	Sposoby monitorowania ryzyka

Nazwa ryzyka	Zadania do wykonania przed wystąpieniem ryzyka

Nazwa ryzyka	Zadania do wykonania po wystąpieniu ryzyka