
האוניברסיטה העברית בירושלים

סילבוס

אנליטיקה של ניהול קשרי לקוחות - 55727

תאריך עדכון אחרון 10-03-2019

נקודות זכות באוניברסיטה העברית: 3

תואר: מוסמך

היחידה האקדמית שאחראית על הקורס: מנהל עסקים

השנה הראשונה בתואר בה ניתן ללמוד את הקורס: 0

סמסטר: סמסטר ב'

שפת ההוראה: עברית

קמפוס: הר הצופים

מורה אחראי על הקורס (רכז): ד"ר יניב דובר

דוא"ל של המורה האחראי על הקורס: yaniv.dover@huji.ac.il

שעות קבלה של רכז הקורס: לפי תיאום מראש

מורי הקורס:

תאור כללי של הקורס:

"הלקוח תמיד צודק", "אצלנו - כל לקוח מלך", "לקוחות הזהב הם הלקוחות הטובים שלנו", "חברה מצליחה היא חברה שייש לה מוצרים טובים", "זאת זכות לתת שירות". האומנם?

סך הנכסים של חברה מורכב מנכסיה הפיננסיים, מהטכנולוגיה וכוח האדם שלה, וממאגר הלקוחות שלה. ברוב החברות, מאגר הלקוחות מהווה נכס בעל חשיבות עליונה. מה שווה ספק שירות סלולרי ללא המשתמשים שלו? מה ערכו של אתר אינטרנט ללא הגולשים המבקרים בו? העיקרון המנחה את התפיסה המודרנית של ניהול קשרי הלקוחות הוא שהלקוח הבודד ולא המוצר הוא יחידת הניתוח העיקרית של הארגון. השוק הולך ומגיע להכרה שכדי לשרוד בתנאי השוק התחרותיים של המאה ה-21, על הפירמה להיות מסוגלת לאסוף ולנתח את מרב המידע האפשרי ברמת הלקוח הבודד. הבנה והטמעה נכונה של הנושא הם כלי מפתח להצלחה עסקית. ניהול נכון של הקשר עם הלקוחות נמצא כיום בראש סדר העדיפויות של מנהלים וחברות בעולם. יותר מנהלים מבינים, שאינטואיציה בריאה ותודעת שירות מפותחת כבר אינם מספיקים. התחום של ניהול קשרי הלקוחות (Management Relationship Customer) מספק את הכלים התיאורטיים והמעשיים לניהול יעיל ואפקטיבי של האינטראקציות עם הלקוחות. בקורס נסקור מספר נושאים החשובים לניהול קשרי לקוחות בארגונים.

מטרות הקורס:

בקורס נסקור מספר נושאים החשובים לניהול קשרי לקוחות בארגונים.

תוצרי למידה

בסיומו של קורס זה, סטודנטים יהיו מסוגלים:

- * להכיר מושגים בסיסיים בניהול קשרי לקוחות
- * להבין איך ניהול נכון של הקשר עם הלקוח יכול להביא לרווחיות.
- * ליישם את השיטות בארגונים בהם הם עובדים.
- * להשתמש בשיטות חישוב מתקדמות ובכלים מקובלים בתחום.

דרישות נוכחות (%):

0

שיטת ההוראה בקורס: הקורס משלב הרצאות, אירועים, תרגילים, ודיוני כיתה.

רשימת נושאים / תכנית הלימודים בקורס:

- * מושג ה CRM, עולם ממוקד לקוח.
- * חישובי ערך חיי לקוח והון לקוחות.
- * ערך חיי לקוח בסיטואציות חוזיות ולא חוזיות.
- * ניהול לקוחות לפי ערך.

* שביעות רצון.
* מחסומי מעבר.
* רכישה, פיתוח ושימור של לקוחות.
* מערכות CRM

חומר חובה לקריאה:
חומר קריאה שיינתן במהלך הקורס.

חומר לקריאה נוספת:
ינתן בתחילת הקורס.

הערכת הקורס - הרכב הציון הסופי :
מבחן מסכם בכתב/בחינה בעל פה 0 %
הרצאה 0 %
השתתפות 0 %
הגשת עבודה 70 %
הגשת תרגילים 30 %
הגשת דו"חות 0 %
פרויקט מחקר 0 %
בחנים 0 %
אחר 0 %

מידע נוסף / הערות:
ה