

Apstrakt

Savremeni bankarski sektor zasniva svoje poslovanje na postojanju marketing informacijskog sistema radi uspostavljanja koncepta upravljanja odnosima sa klijentima (Customer relationship management - CRM) kao osnovu za poslovanje na savremenom tržištu. CRM koncept predstavlja težnju bankarskog sektora ka uspostavljanju i održavanju dugoročnih odnosa sa klijentima radi stvaranja vrednosti za klijente i za banku. Ovaj koncept omogućava da banke identifikuju, segmentiraju, komuniciraju i grade dugoročne odnose sa klijentima na individualnoj osnovi.

Upravljanje odnosima sa klijentima podrazumeva poznavanje potreba, ponašanja i zahteva klijenata. Kontinuirano osvežavanje znanja i informacija o klijentima podrazumeva postojanje adekvatnog Marketing informacijskog sistema i savremenih tehnologija za komuniciranje sa klijentima. Istraživanje koje je sprovedeno u okviru magistarske teze ima za cilj formiranje slike o ulozi Marketing informacijskog sistema u funkciji CRM koncepta. U tom cilju identifikovani su ključni faktori građenja Marketing informacijskog sistema kao sredstva za formiranje strategije i fokusa bankarskog sektora na klijenta.

Ključne reči:

- Marketing informacijski sistem (MIS), Savremena tehnologija, Upravljanje odnosima sa klijentima (Customer Relationship management - CRM), Komunikacija sa klijentima.