

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.

Apstrakt

In order to establish the concept Customer relationship management (CRM), modern banking system has to form Marketing information system. The concept of CRM involves the efforts of the banking sector to establish and maintain long-term relationships with clients in order to create value for customers and for the bank. This concept allows banks to identify, segment, communicate and build long-term relationships with clients on an individual basis. Customer relationship management involves understanding the needs, behavior and client's requirements.

Building knowledge and information about customers, implies existence of Marketing information system and modern technology to communicate with clients. Research conducted within master thesis aims to form a picture of the role of Marketing information systems in service of CRM concepts. For this purpose, identified the key factors for construction of Marketing information system as a tool for building the strategy and focus of banking sector to the client.

Key words:

- Marketing information system (MIS), Modern technology, Customer Relationship management (CRM), Communication with clients