

UVOD	1
Problematika i cilj magistarskog rada.....	1
Predmet magistarskog rada	3
Metode rada.....	4
Struktura magistarskog rada.....	4
KONCEPT CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM).....	5
IZGRADNJA VRIJEDNOSTI KUPCA, ZDOVOLJSTVA I LOJALNOSTI.....	6
Izgradnja zadovoljnih kupaca.....	6
Mjerenje zadovoljstva kupaca	7
Izgradnja lojalnih kupaca.....	8
Profitabilnost kupaca.....	9
CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM)	9
Vrste CRM – a.....	10
Privlačenje, zadržavanje i održavanje dugoročnih odnosa.....	13
Smanjenje odljeva kupaca.....	16
Tehnologija nije jednaka strategiji.....	17
Strategije CRM – a.....	18
BAZA PODATAKA, SKLADIŠTENJE PODATAKA I RUDARENJE PODATAKA	19
Baza podataka kupaca	19
Podatak u odnosu na informaciju	19
Prikupljanje podataka	20
Pronalaženje značenja u informacijama	21
Kreiranje baze podataka kupaca	21
Korištenje baze podataka.....	22
Nedostaci marketinga baza podataka i CRM-a	24
Data Warehouse (DW)	25
Definicija skladišta podataka.....	25
Subjektivno-orijentirani podaci	25
Integrirani podaci.....	25
Vremenski promjenjivi podaci	26
Postojana grupa podataka	26
Odabir i kombinovanje tehnologije za CRM.....	28
Data mart-ovi.....	29

Prednosti data mart-ova	29
Nedostaci data mart-ova	29
Skladište podataka preduzeća	30
Prednosti skladišta podataka preduzeća.....	31
Nedostaci skladišta podataka preduzeća.....	31
Data Mining (DM).....	32
Izgradnja profitabilne veze sa kupcima koristeći rudarenje podataka.....	33
A šta je ustvari pretprocesiranje podataka, šta ono podrazumjeva?.....	38
Koraci u procesu otkrivanja znanja	39
Primjenjivanje rudarenja podataka u CRM-u	39
CRM na Internetu	42
Tri načina za uspješno e-poslovanje.....	43
INFORMACIONI SISTEMI	44
OPŠTA TEORIJA SISTEMA	44
Definicije sistema	44
Elementi.....	44
Struktura	45
Funkcija	45
INFORMACIONI SISTEM: HISTORIJSKI RAZVOJ, KONCEPTI I DEFINICIJE	46
Istorijat razvoja informacionih sistema.....	46
Koncept informacionih sistema.....	46
Definicije informacionih sistema.....	48
Komponente i aktivnosti informacionih sistema	49
Resursi informacionih sistema.....	51
Odnos između realnih i informacionih sistema.....	53
SISTEMI ZA PODRŠKU ODLUČIVANJU (DSS)	56
Podsistem ulaznih podataka.....	58
Model realnog sistema.....	58
Modeli za podršku odlučivanju	59
Prezentacija izlaznih podataka.....	60
Informacioni sistem kompanije i DSS.....	61
Primjer različitih DSS-a.....	61
STRUKTURA SISTEMA ZA PODRŠKU ODLUČIVANJU.....	62
Podsistem za upravljanje podacima	63

Podsystem za upravljanje modelima.....	63
PODSISTEM UPRAVLJANJE ZNANJEM	64
Podsystem korisnički interface.....	64
PREDNOSTI I NEDOSTACI SISTEMA ZA PODRŠKU ODLUČIVANJU	66
Prednosti upotrebe DSS-a u poslovnim preduzećima	66
U korelaciji sa prednostima DSS su evidentni sljedeći faktori.....	66
Nedostaci DSS-a.....	66
USPOREDBA MIS-A I DIS-A	70
GRUPNI SISTEMI ZA PODRŠKU ODLUČIVANJU (GDSS)	71
Najvažnije karakteristike GDSS	72
Pogodnosti koje pruža upotreba GDSS	72
KARAKTERISTIKE GDSS – A KOJE UNAPREĐUJU ODLUČIVANJE.....	73
Model GDSS	73
EKSPERTNI SISTEMI (ES).....	74
Inžinjer znanja	75
Komponente ekspertnog sistema.....	76
Svojtvo ekspertnog sistema.....	78
Razlika između konvencionalnih programa i ekspertnih sistema.....	79
CRM IS.....	80
Tehnološka razmatranja.....	81
Privatnost i sigurnost podataka.....	81
INTEGRIRANO CRM RJEŠENJE.....	82
Prednosti CRM rješenja	83
Nedostaci CRM rješenja	83
Faktori uspjeha CRM-a	84
Efekti primjene CRM filozofije	85
SAP.....	87
Kompanija SAP	87
SAP-ova rješenja za sve kompanije.....	90
Struktura mySAP Business Suite rješenja	91
mySAP customer relationship management (mySAP CRM) upravljanje odnosima sa kupcima.....	92
Tehnički detalji.....	92

Svojstva i funkcionalnosti	93
Poslovne prednosti.....	94
Poslovna strategija upravljanja odnosa sa klijentima se mijenja	95
Rast temeljem upravljanja odnosa sa klijentima	96
Oduševite svoje klijente.....	96
Ojačajte mogućnosti svoga tima.....	96
Unaprijedite svoje poslovanje	97
Diferencijacija i rast	97
Učinite svoju kompaniju posebnom	97
Uspostava novih standarda za upravljanje odnosima sa kupcima	98
Temelj jednostavne iskustva kupnje za kupce.....	98
Predvodnik na području poslovnih aplikacija.....	100
Mapa SAP CRM rješenja	100
CRM rješenje sljedećih generacija	101
Rješenje koje se razvija sa vašim poslovanjem	101
Za danas i za sutra	101
Strategije usmjerene na kupce	102
SAP Netweaver	103
MICROSOFT DYNAMICS CRM	104
Microsoft Dynamics CRM 3.0	105
Microsoft Dynamics CRM 4.0	107
Stvarajte učinkovite marketinške kampanje i ujednačena komunikacijska rješenja pomoću sistema Microsoft Dynamics 4.0 CRM za marketing	109
Učinkovitije stvaranje popisa	111
Bolje upravljanje kompanijama	112
Brzo započinjanje kompanija	112
Pretvorbe potencijalnih prilika u prilike	113
Pretvorba podataka u marketinške informacije	114
Povećajte produktivnost prodajnog odjela, ubrzajte prihvaćanje korisnika i ujednačite Najbolja iskustva pomoću sistema Microsoft Dynamics 4.0 CRM za prodaju	114
Ostvarivanje uspješnih interakcija sa kupcima.....	116
Detaljan prikaz podataka o prodaji.....	117
Upravljanje i automatiziranje prodajnih postupaka	118
Učinkovit prijenos podataka	118
Pretvorba podataka u poslovne informacije	119
Microsoft Dynamics CRM	119

CASE STUDY	121
Uvod	121
Mercator BH d.o.o., Sarajevo	121
Generalne informacije	121
Kupci Mercator-a	121
Strateške aktivnosti Mercator-a	122
Istraživanje tržišta	122
CRM u Mercator-u BH d.o.o., Sarajevo	123
Strateška politika Mercator Grupe	125
Budući planovi Mercator-a BH	125
Informacioni sistemi	126
Budući planovi informacionih sistema	128
Preporuka za Mercator BH	128
Preporuka: Uvođenje skladišta podataka	129
Preporuka: Uvođenje rudarenja podataka	129
Preporuka: Koristiti e-poslovanje	130
Preporuka: Ažurirati web stranicu sa FAQ-om	130
Preporuka: Ažuriranje CRM aplikacije sa implementacijom SAP-a	131
Preporuka: Koristiti tehniku poznavanja roba (Do merchadising)	131
INFORMACIONI SISTEM U BOSNALIJEKU- SALES VISION CRM.....	131
Tehničke karakteristike	133
Instalacija Sales Vision-a	134
Sales Vision CRM	136
Modul Izvještaj o radu	137
Modul Plan posjeta	138
Modul Marketinški plan	140
Modul Izvještanje	141
Modul Prodaja	142
Zaključak	143
ZAKLJUČAK	144
BIBLIOGRAFIJA	148