



Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu

Program szkolenia realizowanego w ramach projektu „Akademia kompetencji przyszłości”

Tytuł szkolenia	Projekty wdrożeniowe CRM: strategia, ludzie, procesy, narzędzia IT	
Nazwa kompetencji/kwalifikacji uzyskiwanej po ukończeniu szkolenia	Kompetencje w zakresie planowania, wdrożenia i efektywnego wykorzystania systemów klasy CRM w celu realizacji strategii ukierunkowanej na budowanie relacji z wybranymi grupami klientów	
Wymiar godzinowy szkolenia	łącznie, w tym:	32
	a) w trybie face-to-face	-
	b) w trybie online	32
Język szkolenia	polski	
Krótką charakterystyka szkolenia – wskazanie obszaru tematycznego i jego znaczenia	<p>Warsztaty zaplanowano w taki sposób, aby zbudować u jego uczestników pełen przegląd wyzwań, zadań i korzyści, które towarzyszą projektom wdrożeniowym z zakresu Zarządzania relacjami z klientami (Customer Relationship Management). Uwzględniono cztery obszary, których właściwa koordynacja warunkuje osiągnięcie sukcesu przez przedsiębiorstwa stosujące CRM: strategię marketingu relacji, pracowników, procesy obsługi klientów oraz systemy IT.</p> <p>Pracując w grupach odtwarzających funkcjonowanie rzeczywistych zespołów wdrożeniowych, uczestnicy warsztatów przygotowują plan wdrożenia, określą cele, wymagania i źródła zysków projektu, ustalą zasady współpracy z dostawcą oprogramowania oraz zaplanują wdrożenie systemu klasy CRM wśród pracowników obsługujących klientów. Dzięki temu, uczestnicy będą mogli ukierunkować swój przyszły projekt CRM tak aby uniknąć błędów i osiągnąć sukces wdrożenia lub świadomie odłożyć inwestycję w system IT na później. W projektach już rozpoczętych dokonają precyzyjnej analizy obszarów problemowych i zaplanują działania korygujące.</p>	
Adresaci szkolenia – charakterystyka grup docelowych	<p>Szkolenie dedykowane jest:</p> <ul style="list-style-type: none"> – członkom i menedżerom zespołów CRM, Customer Experience, obsługi klienta, – menedżerom kierującym działami firmy, w których ważne jest zrozumienie potrzeb klientów i własnych pracowników, – kierownikom projektów IT dedykowanych zarządzaniu danymi klientów, – osobom, które odpowiadają za wdrażanie projektów, których celem 	



	jest poprawa relacji z klientami i pracownikami (satisfakcja, zaangażowanie, lojalność, rentowność).
Cele kształcenia	C1- Zapoznanie się z rolą i współzależnościami czterech obszarów zarządzania relacjami z klientami (CRM): strategią, systemami informatycznymi i zarządzaniem zmianą w organizacji (ludzie i procesy).
	C2- Nabycie umiejętności oceny gotowości przedsiębiorstwa do wdrożenia CRM.
	C3- Nabycie umiejętności w zakresie skutecznego przygotowania biznesplanu projektów wdrożeniowych CRM.
	C4- Nabycie umiejętności prowadzenia projektów wdrożeniowych CRM we współpracy z dostawcą oprogramowania i ocena skuteczności wdrożenia.

Efekty uczenia się dla szkolenia oraz kryteria i metody ich weryfikacji

Kod efektu dla szkolenia	Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji ¹ osiągnięcia poszczególnych efektów uczenia się	Metody weryfikacji osiągnięcia poszczególnych efektów uczenia się
Wiedza			
W1	Uczestnik zna i rozumie założenia relacyjnego modelu biznesowego wskazując na zachowania firm dojrzałych w zakresie zarządzania relacjami.	Uczestnik wybiera przedsiębiorstwo mające szansę na osiągnięcie sukcesu wdrożenia.	Arkusze egzaminacyjny, zadanie A1, B1, B2.
W2	Uczestnik rozróżnia i potrafi interpretować wielkości podstawowych wskaźników relacyjnych RFM, CLV i NPS oraz innych KPI mierzących sukces wdrożenia CRM.	Uczestnik oblicza wskaźniki RFM, CLV oraz interpretuje wysokość wskaźnika NPS. Uczestnik proponuje inne KPI wdrożenia.	Arkusze egzaminacyjny, zadanie D2, E1.
W3	Uczestnik charakteryzuje podstawowe procesy CRM oraz rozumie zasady ich mapowania i optymalizacji.	Uczestnik wymienia procesy lead management, cross-/up-selling, lojalty management, anti-churn management oraz wskazuje na obszary o dużym potencjale ich optymalizacji.	Arkusze egzaminacyjny, zadanie C1 i C2.
W4	Uczestnik formułuje zasady 'IT governance' w ramach projektów wdrożeniowych systemów informatycznych klasy CRM.	Uczestnik ustala cele biznesowe wdrożenia i wspierające je cele projektu IT.	Arkusze egzaminacyjny, zadanie G1, G2.
Umiejętności			

¹ „Kryteria weryfikacji to działania, które powinna wykonać osoba w trakcie weryfikacji, aby udowodnić, że ma wymagane efekty uczenia się”.



Kod efektu dla szkolenia	Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji ¹ osiągnięcia poszczególnych efektów uczenia się	Metody weryfikacji osiągnięcia poszczególnych efektów uczenia się
U1	Uczestnik rozwiązuje problemy pojawiające się we wdrażaniu CRM w przedsiębiorstwie.	Uczestnik wskazuje na bariery wdrożenia CRM mające znaczenie w jego projekcie (dostęp do klientów, liczba klientów, wartość transakcji, potencjał emocjonalny produktu, potencjał do współtworzenia wartości z klientami).	Arkusze egzaminacyjny, zadanie A2.
U2	Uczestnik optymalizuje procesy CRM.	Uczestnik wybiera digitalizowany proces o największym potencjale zmian i wskazuje na sposoby jego optymalizacji.	Arkusze egzaminacyjny, zadanie D1.
U3	Uczestnik tworzy scenariusze obsługi dla wybranych grup z portfolio klientów.	Uczestnik projektuje zoptymalizowany proces obsługi klientów.	Arkusze egzaminacyjny, zadanie D2, F1.
U4	Uczestnik opracowuje projekt wdrożenia systemu informatycznego klasy CRM.	Uczestnik przygotowuje szczegółowe wymagania umożliwiające digitalizację wybranego procesu obsługi klienta.	Arkusze egzaminacyjny, zadanie G1, G2, H1.
Kompetencje społeczne			
K1	Uczestnik jest gotów do wypracowania rozwiązań postawionych problemów uwzględniając przy tym osiągnięcie celów biznesowych z poszanowaniem zasad etyki.	Uczestnik aktywnie bierze udział w zajęciach (dyskusja, włączona kamera internetowa)	Obserwacja prowadzona przez prowadzącego.
K2	Uczestnik jest otwarty na wymianę poglądów i tworzy dialog.	Uczestnik zapoznaje się z projektem przygotowywanym przez współuczestnika i dzieli się z nim swoimi uwagami.	Zapoznanie się przez prowadzącego z uwagami sformułowanymi w ramach sesji dzielenia się postęпами w projekcie.

Spis omawianych zagadnień

Kod	Tytuł zagadnienia	Liczba godzin	Realizowane cele kształcenia /kody celów kształcenia/
Z1	Obszary CRM: strategia, ludzie, procesy, narzędzia IT	6	C1, C2
Z2	Procesy CRM i ich modelowanie	12	C2, C3
Z3	Projekt biznesowy i techniczny CRM	8	C3
Z4	Case study projektów wdrożeniowych CRM	3	C3, C4



Kod	Tytuł zagadnienia	Liczba godzin	Realizowane cele kształcenia /kody celów kształcenia/
Z5	Wybór partnera wdrożenia, umowa wdrożeniowa i ochrona danych osobowych	3	C4

Szczegółowy opis omawianych zagadnień

Kod zag.	Szczegółowy opis zagadnienia	Nabywane efekty uczenia się /kod efektu uczenia się/
Z1	1. Cztery obszary CRM – wprowadzenie. 2. Relacyjny model biznesowy. 3. Bariery zewnętrzne wdrażania CRM. 4. Bariery wewnętrzne wdrażania CRM. 5. Planowanie wdrożenia CRM.	W1, U1
Z2	1. Podstawowe procesy CRM (lead management, cross-/up-selling, lojalty management, anti-churn management). 2. CRM w mediach społecznościowych (SCRM). 3. Screening procesów. 4. Modelowanie procesów.	W2, W3, U2, U3, K1
Z3	1. Określanie i pomiar korzyści związanych z wdrożeniem CRM. 2. Możliwości systemów klasy CRM. 3. Wymagania wobec systemu klasy CRM. 4. Wdrażanie projektu CRM.	W2, W4, U2, U3, K1, K2
Z4	1. Motywowanie pracowników bezpośrednio obsługujących klientów. 2. Integracja z innymi systemami i pozostałe wyzwania natury technicznej. 3. Dobre praktyki z wdrożeń.	W4, U4, K1, K2
Z5	1. Wybór partnera wdrożenia i umowa wdrożeniowa 2. Ochrona danych osobowych	W4, U4, K1

Metody nauczania stosowane przy poszczególnych zagadnieniach

Kod zag.	Omówienie metod nauczania
Z1	Metoda projektów, Burza mózgów, Wykład z prezentacją multimedialną, Dyskusja, Rozwiązywanie zadań
Z2	Analiza tekstów, Metoda projektów, Burza mózgów, Wykład z prezentacją multimedialną, Dyskusja, Rozwiązywanie zadań
Z3	Metoda projektów, Burza mózgów, Wykład z prezentacją multimedialną, Dyskusja, Rozwiązywanie zadań
Z4	Analiza przypadków, Metoda projektów, Burza mózgów, Wykład z prezentacją multimedialną, Dyskusja, Rozwiązywanie zadań



Kod zag.	Omówienie metod nauczania
Z5	Analiza tekstów, Metoda projektów, Burza mózgów, Wykład z prezentacją multimedialną, Dyskusja, Rozwiązywanie zadań

Wymagania wstępne:

Przynależność do jednej z grup adresatów szkolenia lub chęć przekwalifikowania się.
Ukończone studia wyższe. Komunikatywna znajomość języka angielskiego (rozumienie ze słuchu).

Warunki ukończenia szkolenia (czyli zdobycia kompetencji/kwalifikacji):

Wykonanie zadań umieszczonych w arkuszu egzaminacyjnym na poziomie co najmniej 60%.

Materiały dydaktyczne, jakie zostaną przekazane uczestnikom szkolenia:

Prezentacja.
Arkusz egzaminacyjny.

Certyfikacja:

****** informacje nt. dodatkowych certyfikatów (oprócz standardowego certyfikatu ukończenia szkolenia), o ile ich uzyskanie jest przewidziane programem szkolenia*

Autor programu szkolenia:

dr hab. Bartosz Deszczyński, prof. UEP