

CRM i upravljanje odnosima sa korisnicima telekomunikacionih usluga

Boban Mišić

Sadržaj — Uslovi globalnog poslovanja zahtevaju od operatora telekomunikacionih usluga kvalitetno upravljanje odnosima s korisnicima. Cilj CRM-a je da kroz optimizaciju svih poslovnih funkcija (prodaje, brige o korisnicima, isporuke i održavanja usluge) učini boljim odnose sa korisnikom.

U radu su analizirani aspekti upravljanja odnosa sa korisnicima koji je u direktnoj vezi sa radom ostalih podsistema telekomunikacionih kompanija. Takođe ukazano je na značaj CRM i povezanost profitabilnosti kompanije sa prepoznavanjem potreba korisnika i povećanju stepena zadovoljstva korišćenjem telekomunikacionih usluga.

Ključne riječi — CRM, upravljanje odnosima s korisnicima

CRM related to telecommunications services users

Content - Terms of global business require operators of telecommunications services of the very high quality Customer Relationship Management. The goal of CRM is to make and to develop better relationship with customers through the optimization of all business functions (sales, customer care, delivery, and service maintenance).

Boban Mišić, Telekom Srbije, Beograd, Srbija (telefon: +381-64-6105130; e-mail: bobanm@telekom.rs).

This paper analyzes aspects of Customer Relationship Management which are directly related to the work of other subsystems telecommunications companies. It also points to the importance of CRM and causality with the company's profitability by identifying user needs and increasing the level of their satisfaction related to telecommunications services.

***Key words* —CRM, Customer Relationship Management**