

Kundeanalyse og e-strategi



Kort fortalt

På kurset arbejdes der med strategisk brug af internettet til e-forretning, markedsafsøgning og valg af kundegrupper. Hvad er mulighederne omkring IT-løsninger i forhold til virksomhedens e-handels/e-business målsætning, e-shops, e-kataloger, e-handelspladser, intranet og ekstranetfunktionaliteter, og hvad er forskellene i mellem offline og online indsatser.

Fag: Kundeanalyse og e-strategi

Fagnummer: 45951	Varighed 2 dage
AMU-pris: DKK 428,00	Uden for målgruppe: DKK 1.370,30

Målgruppe: Målgruppen for kurset er virksomhedsejere og ansatte i handels- og serviceerhvervet som vil starte eller udvide sit firma med e-forretning eller som ønsker at forbedre de eksisterende e-løsninger. Kurset er målrettet til amu-målgruppen, til medarbejdere der arbejder dagligt med salg og service samt med formidlings- og administrative opgaver.

Beskrivelse: Deltageren kan udføre en mindre analyse af virksomhedens kunder, for at afdække potentialer for salg af virksomhedens ydelser og produkter online.

Deltageren kan via kundeanalysen generere en behovsoversigt og identificere nøgleområder for virksomhedens e-strategi (strategi på online markedet), herunder indsatsen vedrørende online markedsføring og salg.

En beskrivelse af e-strategiens nøgleområder klarlægger hvilke e-services der skal sættes på og hvilke faglige kompetencer det kræves at kunne følge e-strategien.

Kontakt



Sanne Friis Jensen
Studiesekretær
8950 3912
safj@mercantec.dk

Kursuspris

AMU:
DKK 428,00

Uden for målgruppe:
DKK 1.370,30

Tilmelding

