

# OBSAH

ÚVOD .....	7
<b>1 MANAŽMENT KLÚČOVÝCH ZÁKAZNÍKOV</b>	
1.1 Klúčový zákazník a jeho kategorizácia .....	11
1.2 Manažment klúčových zákazníkov .....	18
1.2.1 Základné prvky (piliere) manažmentu klúčových zákazníkov .....	23
1.2.2 Úrovne manažmentu klúčových zákazníkov .....	30
1.3 Výkony pre klúčového zákazníka .....	34
1.3.1 Nadhodnota pre zákazníka a profilácia dodávateľa .....	37
1.3.2 Hodnota pre zákazníka a prínos zákazníka pre dodávateľa .....	39
<b>2 IMPLEMENTÁCIA MANAŽMENTU KLÚČOVÝCH ZÁKAZNÍKOV</b>	
2.1 Predpoklady implementácie manažmentu klúčových zákazníkov .....	45
2.2 Prínosy implementácie manažmentu klúčových zákazníkov .....	50
2.3 Riziká implementácie manažmentu klúčových zákazníkov .....	56
<b>3 UPLATŇOVANIE MANAŽMENTU KLÚČOVÝCH ZÁKAZNÍKOV V ORGANIZÁCIÁCH NA SLOVENSKU</b>	
3.1 Cieľ prieskumu a výskumná vzorka .....	64
3.2 Kritériá zaraďovania zákazníkov do kategórie klúčových zákazníkov .....	65
3.3 Dôsledky implementácie koncepcie manažmentu klúčových zákazníkov .....	66
3.3.1 Zmena v štýle práce vrcholového manažmentu .....	67
3.3.2 Vnímanie prístupu ku klúčovým zákazníkom .....	71
3.3.3 Prístupy vo výrobnom procese .....	76
3.3.4 Prístupy v úprave organizačnej štruktúry a personálne zmeny .....	81
3.3.5 Prístupy k informačným technológiám .....	84
3.3.6 Prístupy v oblasti cenovo-kontraktačných podmienok .....	87
<b>ZÁVER</b> .....	93
<b>SUMMARY</b> .....	96
<b>LITERATÚRA</b> .....	98