

تستطيع الشركات ذات الأداء التسويقي الجيد أن تفوز بمستهلكين جدد. وتحقق نمو في المعاملات مع هؤلاء المستهلكين من خلال بناء علاقات معهم يكون أساسها تحقيق رضاهم وتقديم سلع وخدمات ذات قيمة كبيرة لهم. وتمثل محاولة فهم المستهلكين الخطوة الأولى والهامة في سبيل تحقيق وتنمية علاقات قوية بهم، حيث يحب على الشركات استخدام ذلك الفهم لتصميم عروض سوقية يمكن من خلالها تقديم قيمة أكبر من تلك العروض التي يمكن أن يقدمها المنافسون – للفوز بنفس هؤلاء المستهلكين. وتحقيق نمو في المعاملات مع المستهلكين. ولتحقيق الفوز والإنتصارات في السوق في الوقت فإنه يجب على الشركات ألا تكتفي بمجرد تحقيق النجاح في إدارة المنتجات التي تقدمها، ولكن يكون عليها أيضا تحقيق إدارة جيد للعلاقات مع المستهلكين في ظل ظروف منافسة معينة ومحددة. إلا إن ذلك لم يعد كافيا.