يعتبر التسويق بالعلاقات (التسويق العلاقاتي) واحدًا من أهم أنواع التسويق، ومن خلاله يتم إجراء مجموعةٍ أساسية من الخطوات التي تساعد على "إدارة علاقات العملاء" (CRM) ويركز هذا النوع من التسويق على اكتساب ولاء العملاء للعلامة التجارية "Branding" الخاصة بشركتك إضافةً إلى زيادة تفاعل كافة العملاء مع شركتك؛ وبذلك فإن الهدف الأساسي لـ التسويق بالعلاقات العامة هو أن تبني علاقاتٍ قوية بين العميل والعلامة التجارية الخاصة بك. بدأ التسويق بالعلاقات (التسويق العلاقاتي) للمرة الأولى في عام 1997 م، وقام Mattson بتعريفه في تلك الفترة على أنه عبارةٌ عن أداة تستخدم تلك الأداة تحديدًا في جذب العملاء، إضافةً إلى الاحتفاظ بهم، وتطور في عام 1998 م حتى قام Fournier بتعريفه على أنه عبارة عن أنشطة تسويقية، من خلال تلك الأنشطة يتم الحفاظ على العلاقة الحالية التي تربط كلًا من العلامة التجارية والعميل. استمر التسويق بالعلاقات العامة في التطور وفي عام 1999 م تم تعريفه من خلال Harker على أنه الطريقة التي تجذب بها المنظمة أو الشركة العملاء من خلال تطوير العمليات المتبادلة التي تتم بين كلٍ من الشركة والعملاء، ويتم ذلك من خلال خطةٍ استراتيجية يتم الالتزام بها خلال فترةٍ زمنية محددة. أما في عام 2003 م تم تعريف التسويق بالعلاقات (التسويق العلاقاتي) من خلال Baron & Harris أنه عبارةٌ عن مجموعةٍ من الخطوات التي تبني علاقات ثقة بين شركتك الخاصة والعملاء المستهدفين، وبذلك فإن الثقة المتبادلة بين العميل والشركة تعتبر من أهم الخصائص الخاصة بـ العلاقات التسويقية.

lakhasly.com © تم تلخيص النص بواسطة موقع لخصلي