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

Summarized by © lakhasly.com