

CINCO NÍVEIS DE MARKETING DE RELACIONAMENTO PARA EMPRESAS

Ana Katiussa Wunder

Aluna Especial Universidade Federal Fluminense –Rio de Janeiro

RESUMO

O capítulo 02 do livro de Administração de Marketing, do autor Philip Kotler, é possível estudar o tema de Marketing de relacionamento, o estudo do tema é fundamental para reter e atrair talentos para a empresa. A opção para alavancar o marketing da empresa é tornar o atual cliente em “advogado”, ou seja, este cliente adquire produto da loja e estimula os outros clientes a comprarem também, a fidelidade deste cliente com a empresa é fundamental neste processo, porque ele indica o produto ou serviço para uma pessoa, esta pessoa indica para outra e assim consecutivamente. O investimento no marketing de relacionamentos é importante para a empresa, só precisa possuir estratégias de não deixar este investimento ultrapassar o caixa, fechando assim em déficit. Os investimentos podem ser qualificados em cinco níveis, sendo eles, básico, reativo, responsável, proativo e parceria, o gestor deve analisar cada um dos níveis e escolher aquele que mais se adequa a sua empresa.

Palavras-chave: Mercado, Marketing de Relacionamento, Vendas.
