



**Académie Canadienne de
Management et de Technologie**

Cours, certificats et diplômes en ligne



Introduction au Management

Leadership et Gestion

Comptabilité et Finances

Ressources humaines

Éthique des affaires

Chaine d'approvisionnement

Démarrage d'une entreprise

Bases du marketing

Marketing relationnel

Marketing international

Segmentation du marché

Cours gratuit Marketing Relationnel en ligne (2020)

Où puis-je télécharger un cours Marketing Relationnel en PDF et gratuitement?



Cours gratuit Marketing Relationnel (En ligne)

Comportement du consommateur

Marque branding

Commerce international

Droit international

Gestion de la diversité culturelle

Gestion de projet

Gestion de risques

Gestion de la qualité

Contrôle des coûts d'un projet

Gestion stratégique

Gestion des opérations

Gestion de changement

Gestion de produit

Développement du produit

Stratégies de prix

Bases de la comptabilité

Introduction

Le principal défi du marketing moderne est d'établir une relation à long terme et profitable avec le client. Une relation ne peut être basée sur une vente ou une transaction unique, mais sur la création et la diffusion constantes de valeur par une entreprise à ses clients.

Ce [cours gratuit de marketing relationnel](#) examine comment l'interaction entreprise-client peut être créée et gérée et vous fournira à la fois un aperçu conceptuel détaillé et une série de techniques opérationnelles précieuses.

Je veux le cours complet et le certificat:
"Marketing Relationnel"

Qu'est-ce qu'un cours gratuit d'Introduction en Marketing Relationnel en ligne?

Performance financière

États des résultats

Le bilan comptable



Le cours de marketing relationnel de l'Académie Canadienne de Management et de Technologie vise à vous fournir les outils conceptuels et opérationnels pour le développement d'une relation durable et profitable avec vos clients. Une relation basée sur la création de valeur et la mise en place d'une activité marketing axée sur la satisfaction client et la qualité totale.

Pour ce faire, les niveaux et les techniques de relation, les approches de création de valeur, les systèmes actuels de fidélisation de la clientèle et d'acquisition de nouveaux clients seront examinés, ainsi que les méthodes de gestion de la relation client. Tout ceci se concentrera spécifiquement sur l'évaluation des coûts et du rendement des investissements en marketing.

C'est quoi la définition du marketing relationnel?

“Le marketing relationnel est l’ensemble des actions marketing qui visent à établir une relation individuelle, nominative, continue et personnalisée avec chacun des clients d’une marque afin de le fidéliser à long terme et, si possible, à vie.” Wikipédia

Le monde des affaires a beaucoup changé au cours des dernières décennies, la mondialisation et les technologies de l’information ont donné naissance à une jeune génération de clients bien informés. Ainsi, la théorie du marketing a également subi des changements. L’industrie des services est maintenant à l’avant-garde de l’évolution économique.

Par conséquent, pour maintenir une base de clientèle fidèle de marketing relationnel avec d’autres formes de marketing mix base du nouveau monde du marketing.

Les entreprises d’aujourd’hui veulent utiliser le marketing relationnel pour fidéliser leur clientèle et générer des profits.

Portée et définition

Le marketing est défini comme une fonction organisationnelle qui crée un ensemble de processus par lesquels l’entreprise crée, communique, gère et fournit de la valeur aux clients.

La partie de la gestion de la clientèle constitue le fondement du marketing relationnel.

Le marketing relationnel cherche à utiliser les outils du marketing traditionnel pour créer de la valeur à long terme pour les clients. La théorie du marketing relationnel propose qu’au fur et à mesure que l’entreprise offre de la valeur au client, la solidité de sa relation avec ce dernier s’améliore et augmente sa fidélisation.

Histoire

Le terme de marketing relationnel est apparu pour la première fois dans la littérature marketing en 1983 lorsque Leonard Berry a présenté son article « Relationship Marketing » à la Conférence sur les services de l’American Marketing Association.

Berry a défini le marketing relationnel comme « attirer, maintenir et, dans les organisations multiservices, améliorer la relation client ». Berry a également expliqué l’importance non seulement d’attirer les clients, mais aussi de les garder. S’il est essentiel d’attirer de nouveaux clients, il est plus important pour le

fournisseur de services de transformer les clients indifférents en clients fidèles. Il s'est concentré sur les relations entre les organisations et les clients.

Nous pouvons dire qu'il y a plusieurs définitions qui ont été données par des spécialistes du marketing. Ce qui est essentiel dans ces définitions, c'est que le marketing relationnel consiste à attirer et à maintenir une relation entre un client et l'entreprise.

Approches du marketing relationnel

Nous pouvons regarder trois écoles de pensée en ce qui concerne le marketing relationnel.

1. L'approche nord-américaine:

Parvatiyar et Sheth ont soutenu qu'il est nécessaire de développer une définition acceptable pour une discipline qui englobe toutes les facettes du phénomène et qui délimite aussi efficacement le domaine afin de permettre une compréhension ciblée et la croissance des connaissances dans un tel secteur. Ils ont critiqué la définition de Morgan et Hunt pour être trop large et inclusive. Ils ont défini le marketing relationnel comme le processus continu de s'engager dans des activités et des programmes de coopération et de collaboration avec les clients immédiats et les utilisateurs finaux afin d'améliorer la valeur économique mutuelle à un coût réduit..

2. Approche anglo-australienne:

Christopher et al, ont souligné trois questions clés.

- Les stratégies de marketing relationnel se préoccupent d'une plus large portée de la relation de marché externe qui inclut les fournisseurs, les recommandations d'affaires et les sources d'influence;

- Le marketing relationnel met également l'accent sur les relations internes (du personnel) essentielles à la réussite des plans de marketing externes et

- L'amélioration de la performance marketing nécessite en fin de compte une résolution des intérêts contradictoires des clients, du personnel et des actionnaires en changeant la façon dont les gestionnaires gèrent les activités de l'entreprise.

Ils analysent le rôle du service à la clientèle, de la qualité et du marketing dans l'amélioration des relations avec les clients d'une organisation.

3. L'approche des écoles nordiques:

Nous examinons ici la contribution de l'école nordique des services et celle des auteurs nordiques, représentée principalement par Gronroos et Gummertsson. Cette école a contribué à étendre la notion de marketing relationnel du marketing de service (et du marketing industriel) à la théorie du marketing général – allant de l'avant pour définir le marketing relationnel comme le nouveau paradigme du marketing. En outre, l'école nordique considère le marketing relationnel plus comme une gestion axée sur le marketing.

Autres thèmes à apprendre dans notre cours complet :

- Quels sont les avantages du marketing relationnel ?
- Qu'est-ce que la stratégie de marketing relationnel ?
- Quel est le but du marketing relationnel ?
- Pourquoi le marketing relationnel est-il un moyen important de promouvoir le marketing d'entreprise ?



Théorie du marketing relationnel

[Retour au début du cours : Marketing Relationnel](#)

Bienvenue au cours «Marketing Relationnels».

"Le marketing relationnel est l'ensemble des actions marketing qui visent à établir une relation individuelle, nominative, continue et personnalisée avec chacun des clients d'une marque afin de le fidéliser à long terme et, si possible, à vie." Wikipédia



Le monde des affaires a beaucoup changé au cours des dernières décennies, la mondialisation et les technologies de l'information ont donné naissance à une jeune génération de clients bien informés. Ainsi, la théorie du marketing a également subi des changements. L'industrie des services est maintenant à l'avant-garde de l'évolution économique.

Par conséquent, pour maintenir une base de clientèle fidèle de marketing relationnel avec d'autres formes de marketing mix, base du nouveau monde du marketing.

Les entreprises d'aujourd'hui veulent utiliser le marketing relationnel pour fidéliser leur clientèle et générer des profits.

Portée et définition

Le marketing est défini comme une fonction organisationnelle qui crée un ensemble de processus par lesquels l'entreprise crée, communique, offre et fournit de la valeur aux clients.

Progression du cours

0%

Leçons

Introduction

- [Théorie du marketing relationnel](#)
- [Perspective historique](#)

Approches

- [Approches du marketing relationnel](#)
- [La montée du marketing relationnel](#)

Échanges relationnels

- [Présentation des échanges relationnels](#)

Stratégies

- [Stratégies en Marketing relationnel](#)

Concepts

- [Concepts liés au marketing relationnel](#)

Rétention client

- [Présentation de la rétention de la clientèle](#)
- [Avantages de retenir les clients](#)
- [Programmes de service de rétention client](#)
- [Satisfaction du client](#)

Vous cherchez une formation complète à distance avec certification?



Vous êtes à la bonne place, car à la fin de ce cours suivi à distance via notre plateforme elearning (formation à distance) de notre [Académie Canadienne de Management et de Technologie](#), vous obtenez gratuitement et automatiquement une certification de réussite après avoir passé un test qui englobe une dizaine de questions sur le cours bases en Marketing Relationnel. Le certificat est obtenu en suivant la formation à distance sur internet. Plusieurs cours y sont disponibles pour quasiment gratuit.

Conclusion

Nous vous avons présenté une introduction au cours de "Marketing Relationnel" pour suivre une formation complète, veuillez cliquer sur le lien de l'image **ci-dessous**:

Je veux le cours complet et le certificat:
"Marketing Relationnel"

Cette introduction en Marketing Relationnel à télécharger gratuitement en format PDF?



Compétences que vous apprendrez:

- Quels sont les avantages du marketing relationnel ?
- Qu'est-ce que la stratégie de marketing relationnel ?
- Quel est le but du marketing relationnel ?
- Pourquoi le marketing relationnel est-il un moyen import
promouvoir le marketing d'entreprise ?

Si vous cherchez à télécharger gratuitement les techniques de base en Marketing Relationnel en fichier format PDF, je vous invite à cliquer sur le lien de téléchargement ci-dessus. **Que pensez-vous de ce cours gratuit en ligne sur l'introduction en Marketing Relationnel?**