



Fiche ressources : Marketing relationnel.

Marketing relationnel versus marketing transactionnel

La gestion de la relation client est une composante essentielle du marketing relationnel. Il introduit certaines ruptures par rapport au marketing transactionnel, intrusif et centré sur l'offre.

Le marketing transactionnel valorise :

- le produit ;
- l'acte d'achat ;
- le moment de la transaction (fréquence, récence) ;
- le montant de la transaction.

Le marketing relationnel valorise :

- la relation avec le client ;
- la durée de la relation ;
- l'individualisation (concept *one to one*) ;
- la « mémoire » des contacts entre le client et l'entreprise ;
- la fidélisation ;
- la valeur des achats présents et futurs.

Le marketing client valorise :

- le capital de l'individu

