

UNIVERSITATEA „VASILE ALECSANDRI” DIN BACAU
FACULTATEA DE ȘTIINȚE ECONOMICE
DEPARTAMENT ID-IFR
Program de studii MARKETING ID

MANAGEMENTUL RELAȚIILOR CU
CLIENTII

- CURS UNIVERSITAR -

Asist. univ. dr. ZAIȚ LUMINIȚA IULIA

- 2012 -

CUPRINS

	Nr. pagină
Capitolul 1	
Evoluția conceptului de marketing	4
1.1. Momente cheie în apariția și dezvoltarea marketingului	5
1.2. Definiții ale conceptului de marketing: o analiză a teoretizărilor oferite în secolul XX și începutul secolului XXI	10
1.3. Asimilarea și operaționalizarea conceptului de marketing în practică	16
Întrebări și discuții	
Capitolul 2	
Orientarea către piață/client – o soluție pertinentă în demersul de reevaluare a marketingului tradițional	19
2.1. Orientarea către piață versus orientarea către client: diferențe și similitudini în acțiune	19
2.2. Necesitatea și oportunitatea orientării către piață	21
2.3. Modificări structurale în demersul de orientare către piață a organizațiilor moderne	29
Întrebări și discuții	
Capitolul 3	
Coordonatele marketingului relațional	38
3.1. Marketingul tranzacțional versus marketingul relațional	38
3.2. Satisfacția clienților	43
3.3. Fidelitatea clienților	47
3.4. Loialitatea clienților	54
3.5. Atașamentul clienților	54
Întrebări și discuții	
Capitolul 4	
Marketingul relațional în cadrul piețelor de afaceri între necesitate și realitate	59
4.1. Sinteză a particularităților pieței de afaceri	59
4.2. Marketingul relațional în cadrul piețelor industriale – o nouă paradigmă?	60
4.3. Relația pe piața afacerilor: analiza interacțiunii prin intermediul unui model	68
Întrebări și discuții	
Capitolul 5	
Managementul relațiilor cu clienții în cadrul piețelor de consum: elaborarea, fundamentarea, implementarea și controlul strategiei de fidelizare	74
5.1. Delimitări conceptuale privind managementul relațiilor cu clienții	74
5.2. Importanța strategică a demersului de fidelizare	78
5.3. Demersul de fidelizare: aspecte strategice și operaționale	80
5.4. Componentele strategiei de fidelizare	86
5.5. Indicatori de evaluare a impactului generat de strategiile de fidelizare	91
Întrebări și discuții	
Capitolul 6	
Managementul plângerilor și reclamațiilor	96
6.1. Dimensiuni de exprimare a insatisfacției clientului: plângerea și reclamația	96
6.2. Procesul de gestionare a plângerilor și reclamațiilor	98
Întrebări și discuții	
Bibliografie	102