

Wykład:

**Marketing transakcyjny
a marketing relacyjny**

Marketing transakcyjny

Marketing transakcyjny - ma na celu maksymalizację korzyści firmy w krótkim okresie czasu.

Większość działań marketingowych nastawionych jest na zmniejszenie wrażliwości cenowej klientów (po to m.in. stosuje się segmentację) oraz sprzedaż maksymalnej ilości produktów.

Tylko

19 zł*
miesięcznie

**NISKA RATA?
CZEMU NIE.**

- bez zaświadczeń bez poręczycieli
- aż **do 20 000 zł**
- do **96 miesięcy** kredytowania
- karta **z ekstra limitem** do 3000 zł

* Według stanu na 01.03.2008 r., roczna rzeczywista stopa procentowa 20,11% przy założeniu: wysokość pożyczki 700 zł, na okres 12 miesięcy, dla klienta posiadającego ROR w PKO Banku Polskim od 6 miesięcy, zmienna stopa procentowa, raty annuitalne.

[WIĘCEJ ▶](#) [WEŹ POŻYCZKĘ ▶](#)

Max Pożyczka MINI RATA

Marketing transakcyjny

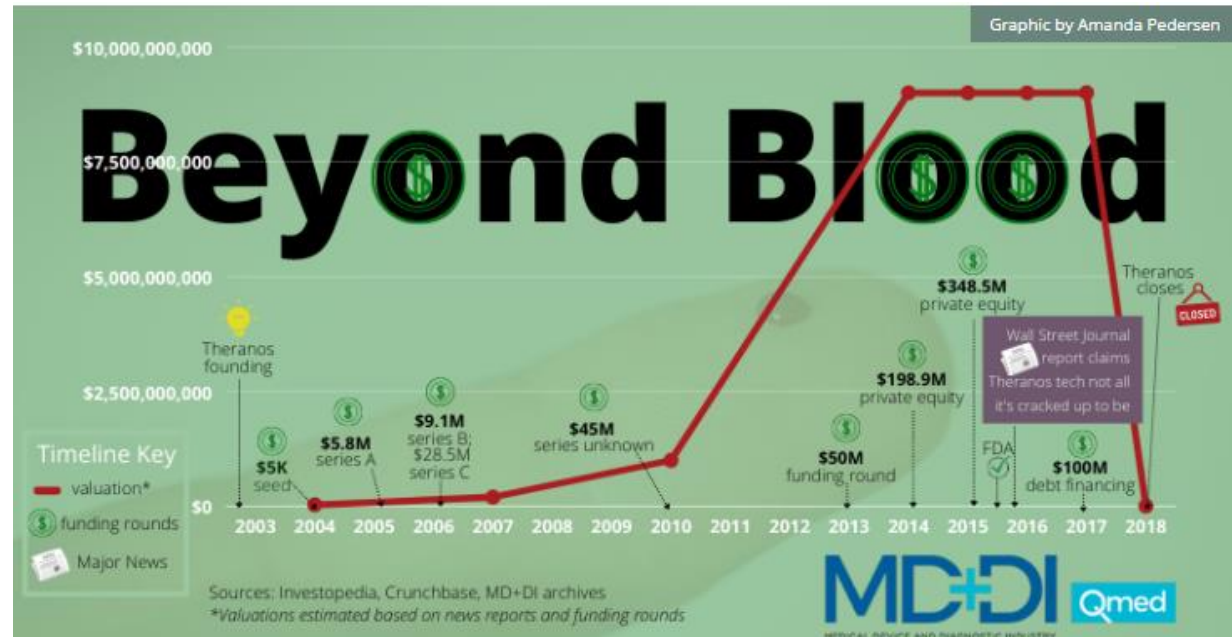
Działania marketingowe nastawione są na pozyskanie jak największej liczby klientów i sprzedaż możliwie największej ilości produktów. Służby marketingowe koncentrują się na działalności promocyjnej.



The screenshot shows the top section of the Gazeta.pl website. At the top left is the Gazeta.pl logo. To its right is a search bar with the text "szukaj w Gazeta.pl" and a "Szukaj" button. Below the search bar, it says "Najczęściej szukane: amy winehouse, adrenalina, koniec świata". To the right of the search bar are several utility icons: Poczta, Forum, Praca, Blogi, Randki, and Filmy. Below these is a large yellow advertisement for Amber Gold. The ad features a smiling woman and the text "LOKATA 12%". In the top right corner of the ad is the Amber Gold logo. Below the main text, it says "Bez dodatkowych opłat" and "SPRAWDŹ BEZPŁATNIE". At the bottom of the website, there is a navigation bar with "Dom" and "Praca" links, a news headline "RAPORT MILLERA WS. KATASTROFY SMOLEŃSKIEJ" with a "serwis specjalny" tag, a weather widget for "Warszawa 20°C", and a "pogoda" link.



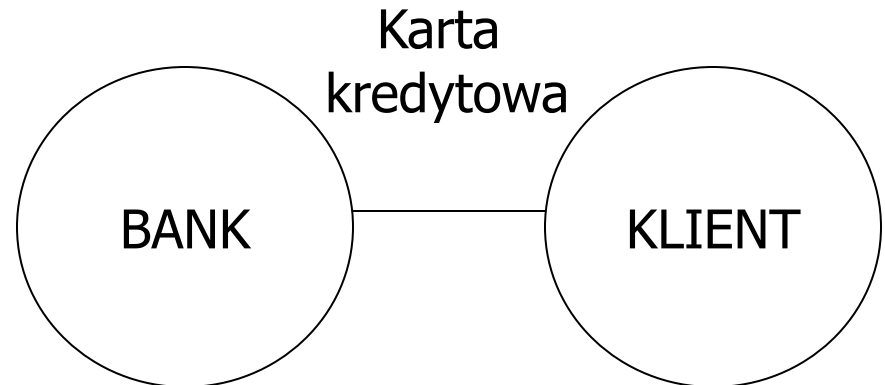
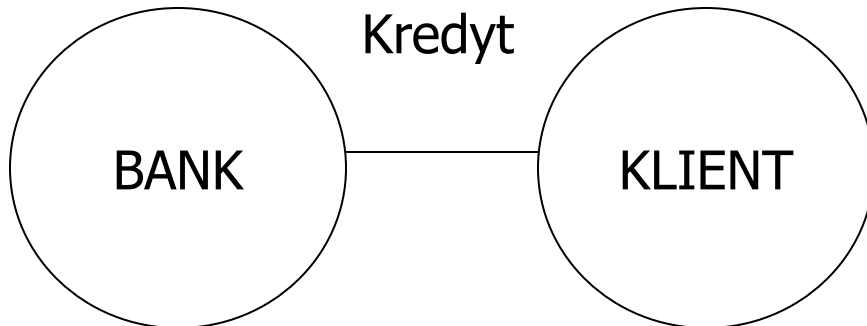
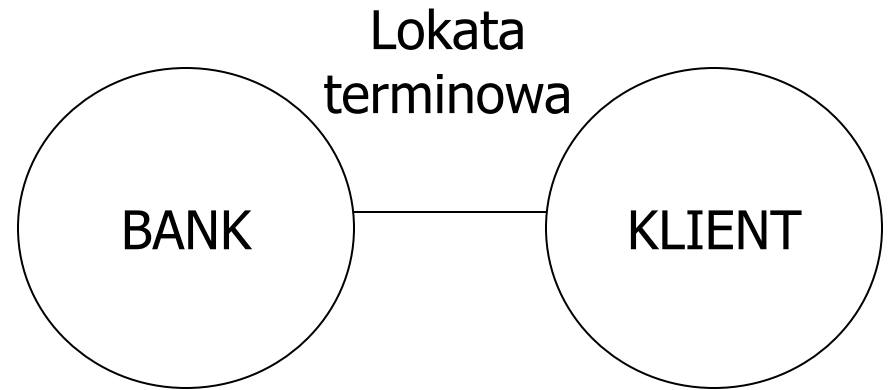
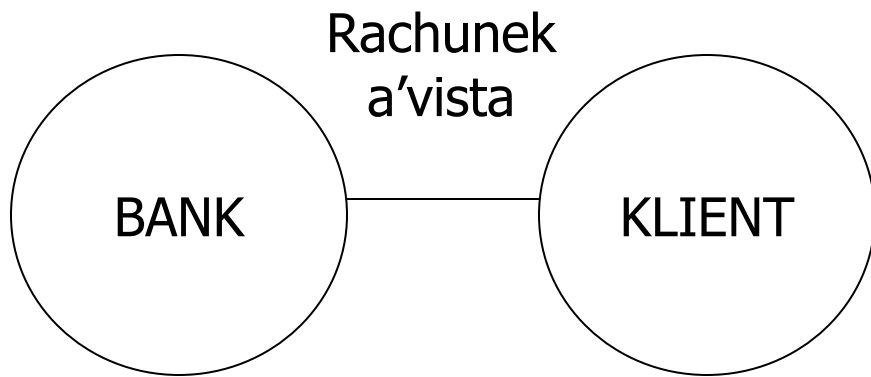
Elizabeth Holmes, spółka biotechnologiczna Theranos



Holmes, która chwaliła się opracowaniem rewolucyjnego testu krwi, została skazana na **11 lat i trzy miesiące więzienia**. Sąd w kalifornijskim San Jose uznał ją **winną wprowadzenia w błąd inwestorów, którzy przekazali pieniądze na rozwój jej firmy**. Spółka Theranos **oszukiwała przy badaniach klinicznych i celowo zwodziła regulatorów**.

Przełomowa technologia, będąca uzasadnieniem wysokiej wyceny akcji, była zwyczajnym oszustwem. Firma zdążyła pozyskać wielu wpływowych inwestorów, wśród nich był m.in. były szef Pentagonu gen. James Mattis, czy byli szefowie dyplomacji USA George Schultz i Henry Kissinger. Firma Theranos była **wyceniana na 9 mld dolarów, ostatecznie upadła w 2018 r.**

Jednowymiarowe relacje



Jednowymiarowe relacje vs. wielowymiarowe



VS.



Marketing relacyjny

Marketing relacyjny (*relationship marketing*) – kompleks działań marketingowych mających na celu ustanowienie, utrzymanie oraz wzmacnianie (z założenia długookresowych i obustronnie korzystnych) relacji.

Szczepaniec 2004

Marketing relacyjny oznacza mobilizację personelu, mającą na celu uczynić z nabywcy nie tylko współtwórcę wartości - produktu, ale i związać go na trwałe z firmą.

Rogoziński (2000)

Marketing relacyjny

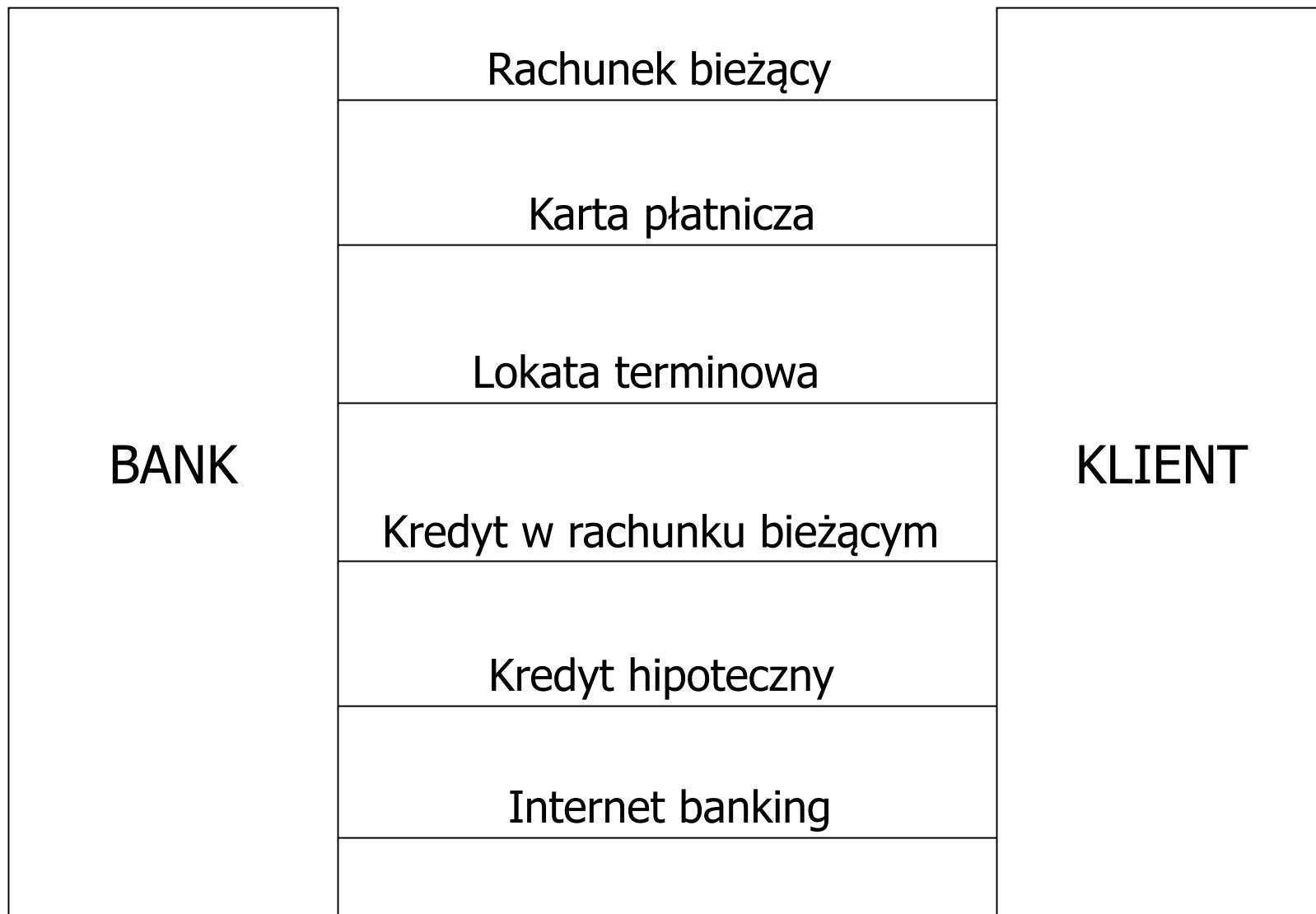
Wykorzystanie szerokiego spektrum narzędzi z zakresu marketingu, sprzedaży, komunikacji oraz obsługi klienta w celu: zidentyfikowania pojedynczych klientów firmy, **wykreowania relacji pomiędzy firmą i jej klientami oraz rozciągnięcia ich na wiele transakcji**, a także zarządzania relacjami z korzyścią dla klientów i firmy.

Stone i Woodcock (1995)

Marketing relacyjny podkreśla znaczenie utrzymania **długookresowych więzi z dotychczasowymi klientami**, zdobycia coraz większego udziału w wydatkach dotychczasowych klientów.

Ryals i Payne (2001)

Wielowymiarowe relacje



Marketing relacyjny vs. transakcyjny - rola marketingu w zarządzaniu

Marketing transakcyjny	Marketing relacyjny
Rola pomocnicza; marketing wykorzystywany do osiągnięcia celów taktycznych i operacyjnych	Rola kluczowa; marketing wykorzystywany do osiągnięcia celów strategicznych

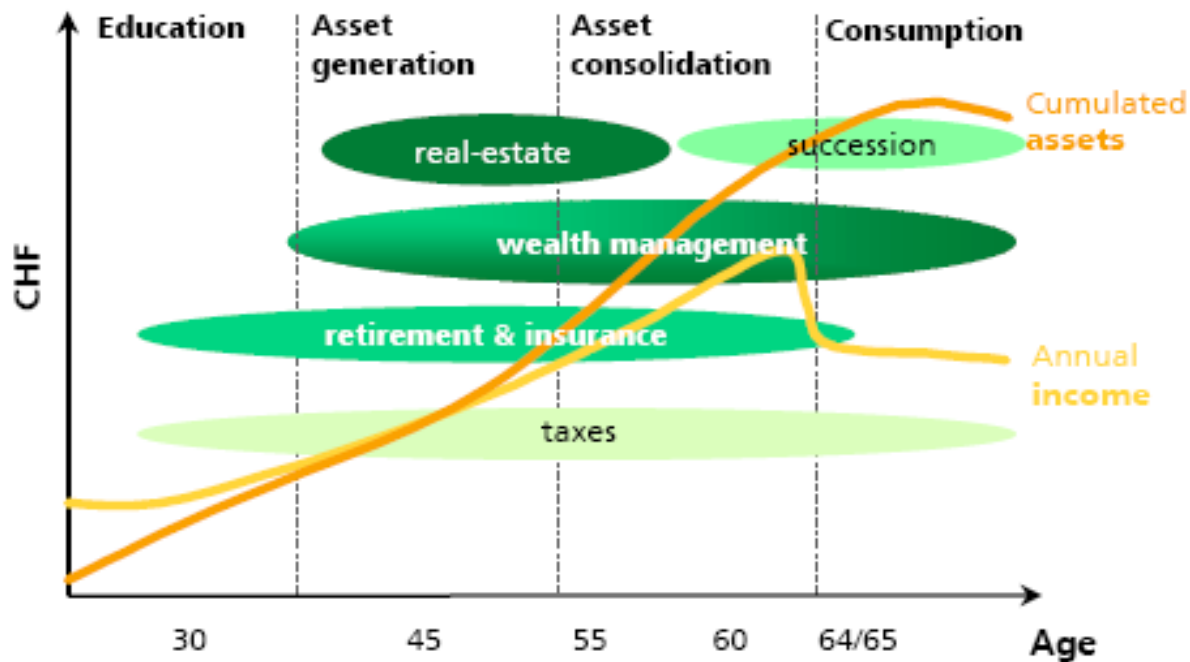
Marketing relacyjny vs. transakcyjny - horyzont czasowy decyzji

Marketing transakcyjny	Marketing relacyjny
Cykl sprzedażowy	Cały cykl życia klienta

Oferta dostosowana do fazy cyklu życia klienta

Client dedicated solutions

Life cycle advisory and services



Global solution for personalized situation

Marketing relacyjny vs. transakcyjny

- grupa klientów, w którą najczęściej się inwestuje

Marketing transakcyjny	Marketing relacyjny
Nowi klienci	Starzy klienci

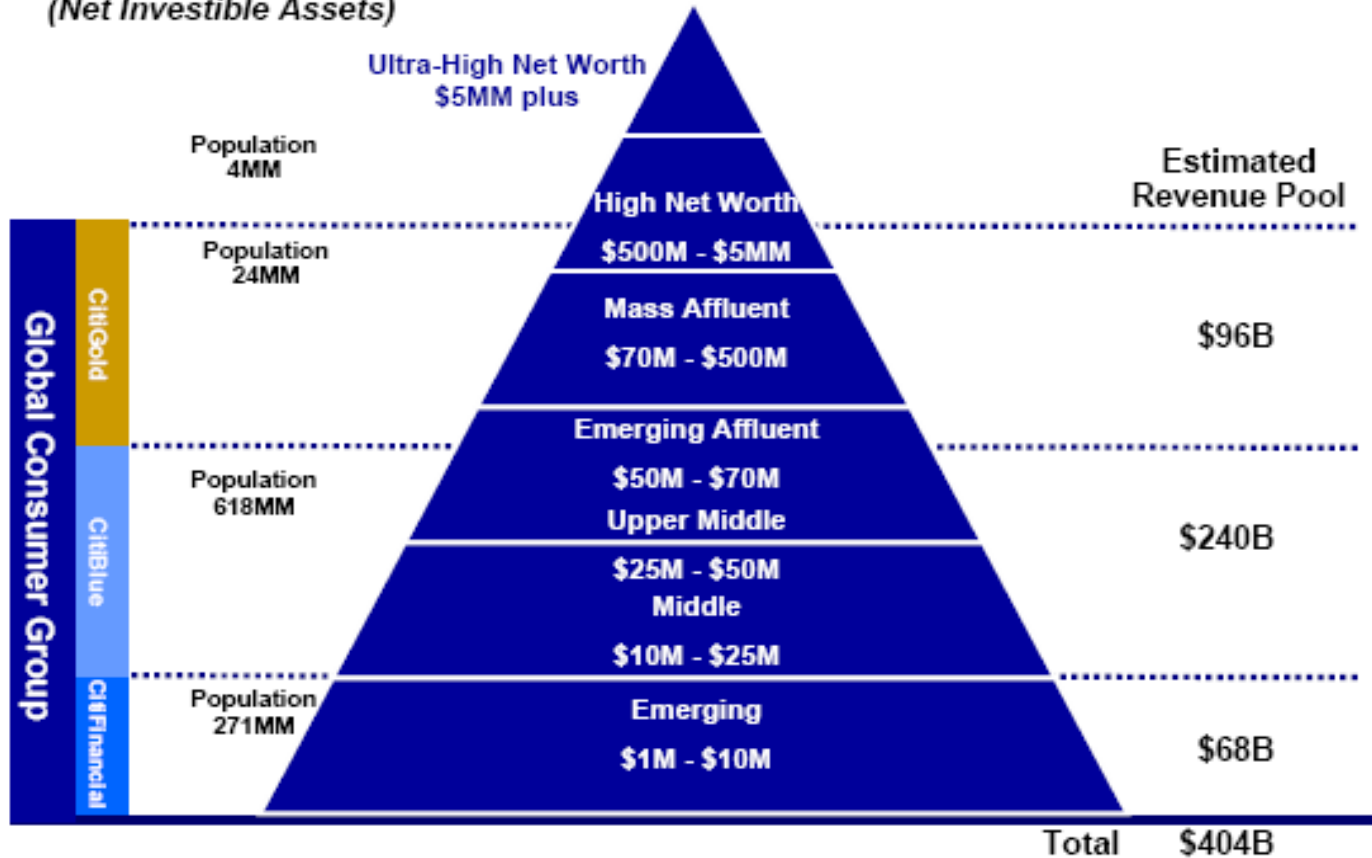
Marketing relacyjny vs. transakcyjny - segmentacja

Marketing transakcyjny	Marketing relacyjny
Służy do wyodrębnienia grup klientów o różnej zyskowności (z punktu widzenia firmy) oraz różnej wrażliwości cenowej	Służy do wyodrębnienia grup różniących się potrzebami, preferencjami oraz wzorcami zachowań

Segmentacja wg posiadanych płynnych aktywów

Customer Segment Opportunity

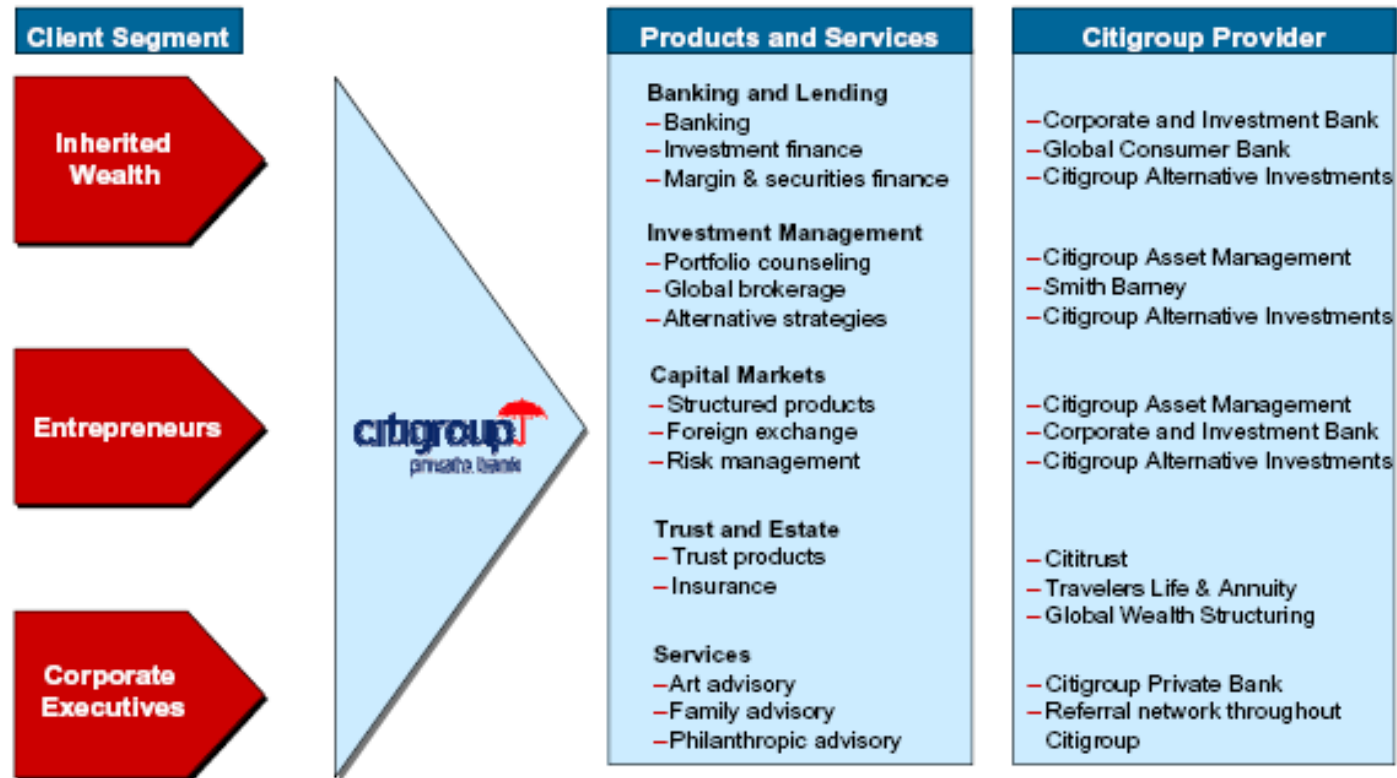
(Net Investible Assets)



Source: Citigroup estimates - data shown relates only to countries in which Citigroup has Consumer operations.

Segmentacja wg źródeł pochodzenia bogactwa

Leveraging Citigroup's Capabilities



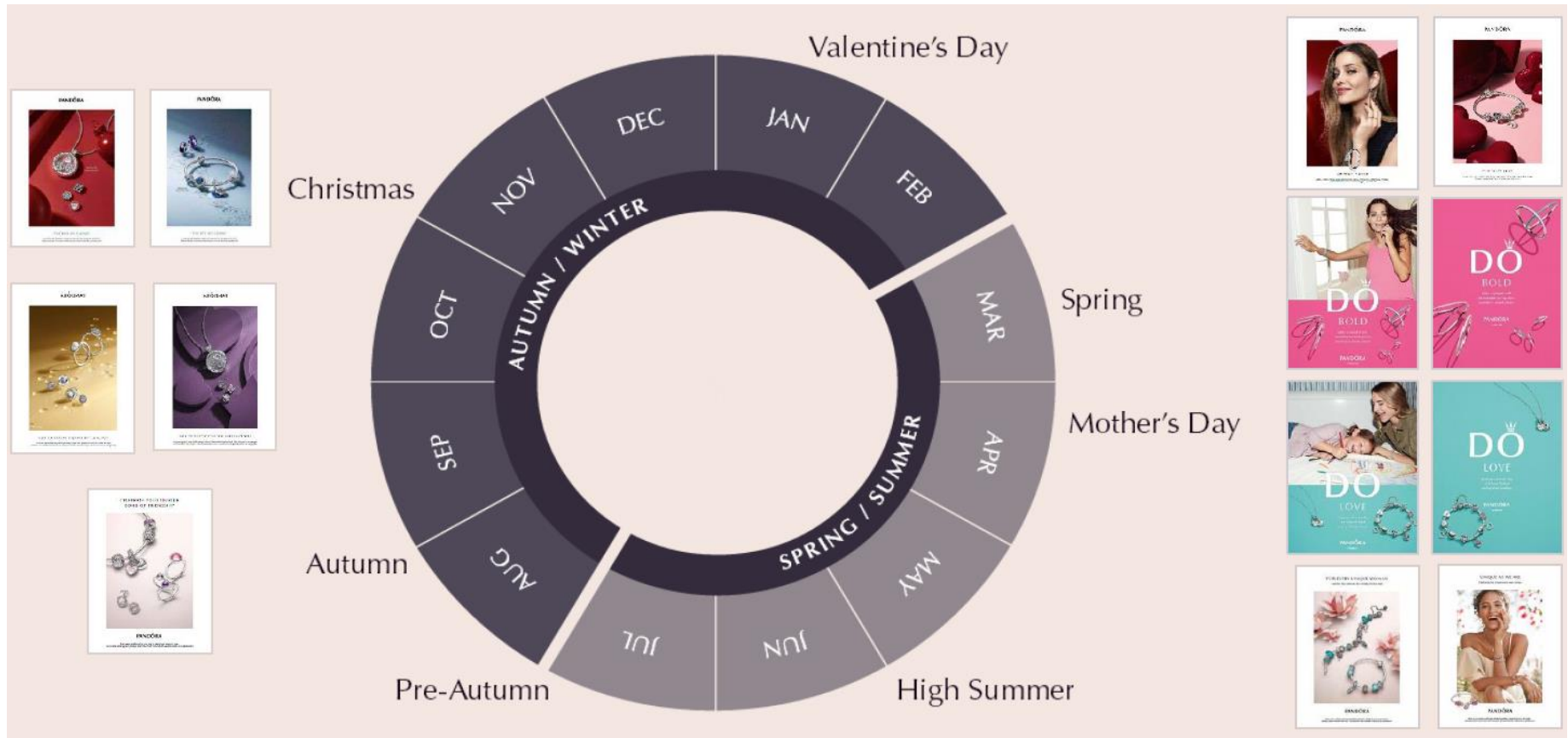
Marketing relacyjny vs. transakcyjny - zwiększanie sprzedaży

Marketing transakcyjny	Marketing relacyjny
Marketing masowy; sprzedaż produktów niezdefiniowanym klientom	Sprzedaż produktów starym klientom plus pozyskiwanie nowych klientów

Marketing relacyjny vs. transakcyjny - relacje z klientami

Marketing transakcyjny	Marketing relacyjny
Na bazie wybranych, pojedynczych produktów	Na bazie wielu produktów (kompleksowa współpraca)

7 okazji do wprowadzenia nowych serii produktów



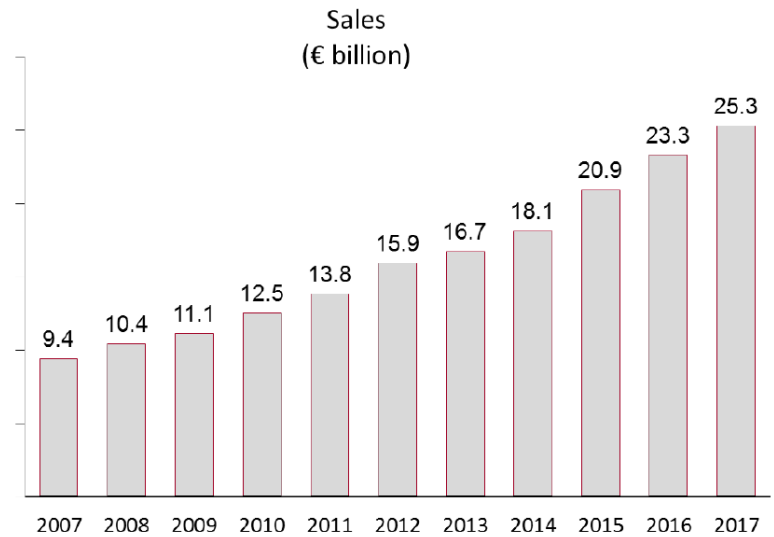
Źródło: investor.pandoragroup.com.

Marketing relacyjny vs. transakcyjny - produkty

Marketing transakcyjny	Marketing relacyjny
<p>Produkty łączone są w pakiety, aby stworzyć wrażenie innowacji oraz zróżnicowania (po to m.in. nadaje im się odrębne marki). Prawdziwe innowacje należą do rzadkości (dominuje raczej naśladownictwo). Sprzedaż krzyżowa ma zwiększyć zyski i przywiązać klienta (podnieść koszty ewentualnej rezygnacji)</p>	<p>Produkty przygotowywane są „na miarę”; nawet pakiety pozostawiają klientowi pole manewru. Ciągłe pojawiają się innowacje, bo zmieniają się potrzeby klientów, a firma poszukuje możliwości zwiększenia użyteczności usług. Sprzedaż krzyżowa nastawiona jest na tworzenie więzi w długim okresie (nawet w ciągu całego cyklu życia klienta)</p>

Inditex – fast fashion

Zara Champs Elysees



Marketing relacyjny vs. transakcyjny - ceny

Marketing transakcyjny	Marketing relacyjny
<p>Dzięki podziałowi na segmenty o różnej wrażliwości cenowej, firma może maksymalizować ceny w poszczególnych grupach klientów. System kształtowania cen jest tak niejasny, że klient traci orientację (nie jest w stanie porównywać ofert różnych przedsiębiorstw). Firma stosuje ukryte opłaty; zdarza się, że wprowadza niezapowiedziane i niczym nieuzasadnione podwyżki.</p>	<p>Ceny odpowiadają rzeczywistej wartości produktów / usług; są wyższe tylko wtedy, gdy produkt / usługa daje klientowi dodatkową wartość. System kształtowania cen jest elastyczny; klient może wybierać w taryfach i maksymalizować swoje korzyści (oraz ograniczać koszty). System cenowy jest przejrzysty, klient nie natrafia na ukryte opłaty. Zmiany cenowe są wprowadzane wtedy, gdy zmieniają się parametry rynkowe.</p>

Zadzwoń: **provident.pl**

600 200 200

Koszt połączenia wg taryfy operatora
Provident Polska SA

RRSO 160,51%

0 zł albo **UZGODNIONE RATY**

koszt powstaje przy połączeniu w standardzie zgodnie z harmonogramem

(RRSO) wynosi 160,51%; całkowita kwota kredytu (bez kredytowanych kosztów) – 2000 zł; całkowita kwota do zapłaty – 3235,30 zł; oprocentowanie stałe – 10%; całkowity koszt kredytu – 1235,30 zł (w tym: prowizja – 728 zł, opłata przygotowawcza – 40 zł, opłata za elastyczny plan spłat – 312 zł, odsetki – 155,30 zł); 12 miesięcznych równych rat w wysokości 269,61 zł każda. Kalkulacja została dokonana na dzień 24.08.2016 r. na reprezentatywnym przykładzie.



Rzeczywista Roczna Stopa Oprocentowania (RRSO) wynosi 391,1%, całkowita kwota kredytu (bez kredytowanych kosztów) 500 zł, całkowita kwota do zapłaty 649,50 zł, oprocentowanie stałe 0%, całkowity koszt kredytu 149,50 zł (w tym: prowizja 149,50 zł, odsetki 0 zł), okres kredytowania 60 dni. Kalkulacja została dokonana na dzień 10.04.2018 r. na reprezentatywnym przykładzie.

Marketing relacyjny vs. transakcyjny - dystrybucja

Marketing transakcyjny	Marketing relacyjny
Występuje wypychanie klientów do tańszych kanałów dystrybucji. Prowadzona jest oddzielna sprzedaż internetowa. Liczba kanałów dystrybucji jest ograniczona.	Firma tworzy warianty dystrybucji odpowiadające poszczególnym segmentom (to klient wybiera, jaki model dystrybucji mu odpowiada). System dystrybucji ma charakter wielokanałowy.

Marketing relacyjny vs. transakcyjny - komunikacja i promocja

Marketing transakcyjny	Marketing relacyjny
<p>Przekaz informacji występuje tylko w jednym kierunku (firma - klient). Promowane są tylko wybrane elementy oferty. Klienci odczuwają niedostatek aktualnych i wiarygodnych informacji. Programy lojalnościowe wykorzystuje się po to, aby podnieść koszty rezygnacji z usług.</p>	<p>Działania promocyjne są tylko częścią systemu komunikacyjnego, nastawionego na wymianę informacji. Materiały reklamowe zawierają istotne z punktu widzenia klienta informacje.</p> <p>Programy lojalnościowe podnoszą wartość usług (firma dzieli się z klientami korzyściami jakie uzyskuje dzięki ich lojalności).</p>

PANDORA na Facebooku

Facebook post for PANDORA. The page header shows the name "PANDORA" and a search bar. The navigation bar includes "Magdalena", "Strona główna", "Szukaj znajomych", and notification icons. The main content area features a grid of 16 images showcasing various Pandora jewelry items, including necklaces, bracelets, and earrings, along with promotional text and a photo of a woman wearing a Pandora bracelet.

PANDORA

PANDORA ✓
@pandorapolska

- Strona główna
- Informacje
- Posty
- Filmy
- Zdjęcia**
- Notatki
- Fanka Miesiąca
- Lokalne Promocje
- Informacja
- Wydarzenia
- Wideo na żywo
- Społeczność

Lubię to! Obserwuj Udostępnij ... Kup teraz Wiadomość

Wyjątkowa OFERTA

Media społecznościowe – fora tematyczne



Znajdź w artykułach lub na forum...



LOGOWANIE

REJESTRACJA

FORUM

ARTYKUŁY

KLUBY

KUP DIETĘ/TRENING

TRENINGI

RANKINGI

GRUPA NA FB

SKLEP

NAJLEPSI W TYGODNIU

Najwięcej dodanych postów



Najwięcej otrzymanych Szacunów

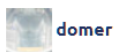


DZIAŁY TEMATYCZNE

Odżywianie i Odchudzanie

Co i ile jeść, aby zdrowo wyglądać

Tematów: 121179
Postów: 1303774



domer

Moderator prowadzący

Za wysokie TSH

14 min.
temu

domer



strony z aminogramami

17 min.
temu

CarbonBase...



Brak apetytu rano

33 min.
temu

domer



Odżywki i Suplementy

Pytania, cykle i porady

Tematów: 137139
Postów: 1736847



Banan

Moderator prowadzący

Wielki Test białka SFD WPC Protein Plus

11 min.
temu

erwinoos



Wrzucajcie fotki swoich supli vol 7 !!!!!!!!!!!!!

18 II 01:44

Banan



Pytanie odnośnie redukcji

17 II 21:45

domer



Trening dla początkujących

Odpowiedzi na pytania, artykuły i blogi treningowe dla osób mniej doświadczonych

Tematów: 99254
Postów: 1383464

Trening dla zaawansowanych

Dział dla osób z aktualnym, ciągłym 2 letnim stażem

Tematów: 60771
Postów: 701141

Start-up – firma SFD sprzedająca odżywkę



**Mariusz Pazdan – założyciel
i główny udziałowiec (73%)
firmy SFD**

IPO 2012-01-09

**Kapitalizacja 29.09.2023
117 mln zł**

**Przychody (2022):
326,6 mln zł**

**Zysk netto (2022):
12,8 mln zł**

Wyniki finansowe firmy SFD

Wskaźnik	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Przychody ze sprzedaży (w tys. PLN)	2 146	18 850	27 788	46 446	81 175	107 269	117 494	115 624	118 577	142 338
Zysk (strata) netto (w tys. PLN)	-19	-310	-348	389	324	126	-920	370	917	2 434