

DOCUMENTO DE PROFUNDIZACIÓN

Gestión de la Relación con el Cliente

Cuadro comparativo: Marketing transaccional vs marketing relacional

Título del recurso: Cuadro comparativo: Marketing transaccional vs marketing relacional

Descripción

Cuadro elaborado por el docente que permite identificar las diferencias clave entre el marketing transaccional y relacional, facilitando la comprensión de la evolución hacia el CRM y su impacto en la fidelización y sostenibilidad del cliente.

Criterio	Marketing Transaccional	Marketing Relacional
Enfoque principal	Venta puntual	Relación a largo plazo
Objetivo	Incrementar ventas inmediatas	Fidelizar y retener clientes
Relación con el cliente	Impersonal	Personalizada
Uso de datos	Limitado	Intensivo
Horizonte temporal	Corto plazo	Largo plazo
Estrategia	Masiva	Segmentada
Ejemplo	Promoción puntual	Programa de fidelización
Impacto	Alta rotación de clientes	Mayor retención y rentabilidad

