

Dr inż. Ryszard Ratajski\*

## **KLIENT JAKO NAJWAŻNIEJSZA WARTOŚĆ FIRMY USŁUGOWEJ**

Zarys treści: Globalizacja wymusza zmiany w pojmowaniu firmy i konkurencji. Centralnym elementem staje się więc klient oraz komunikacja z nim. Głównym problemem marketingu jest poznanie konsumentów oraz ich zachowań na rynku. Marketing relacji, inaczej zwany marketingiem skierowanym na klienta albo marketingiem partnerskim powstał na skutek zmian zachodzących na rynku. Obecnie sytuacja w tym sektorze gospodarki przechodzi znaczące przeobrażenia. Skutkują one istotnymi zmianami wewnątrz organizacji i poprawie budowania relacji z klientem.

**Słowa kluczowe:** klient, relacja, marketing, globalizacja, konkurencja

### **Abstract**

#### **Customer as the most important value of a service firm**

Globalization compels changes in the understanding of both firm and competition. People and communication with them becomes the critical component of a firm's activity. The main marketing problem is to get as much knowledge as possible about customers and their behavior in the market. Relationship marketing, also known as customer-oriented or partnership marketing, was created as the consequence of changes in the market in the broader sense of this term. Nowadays the situation in the service sector undergoes considerable change resulting in important transformation inside an organization and improvement in building relations with customers.

**Keywords:** customer, relation, marketing, globalization, competition

---

\* Zakład Marketingu, Instytut Ekonomii i Zarządzania, Politechnika Koszalińska, adiunkt