

-خطوة اختيار أهداف التسويق: وبالتالي فإن أهداف التسويق سوف تصب في تحقيق أهداف المنظمة التسويقية، -1البقاء: يعد هدف أساس ي للمنظمة، هدف البقاء أكثر أهمية من تحقيق الربح، ويكون ضمن تحطيط المنظمة التسويقية هذا الجانب هو أن تعمل في امتداد وهذا يعني بقائها في السوق فضلاً عن كون البقاء هو هدف بعيد الأجل في استراتيجيات المنظمة التسويقية، وعليها أن تعلم جيداً بأن عدم إضافة قيمة بمحمل أعمالها يعني تعرضها للفشل والانهيار. -2تعظيم الربح: تسعى المنظمة التسويقية عبر هذا الهدف إلى تعظيم الربح من خلال الأسعار التي تضعها ملحوظاتها ومن ثم اختيارها الأسعار التي تحقق أو العائد على الاستثمار، وهذا الهدف ليس من السهلة بمكان تتحققه ملحوظاته من صعوبة تجلي أولى في الدقة لتقدير الطلب والكلفة، وثانياً أن إدارة المنظمة التسويقية تتجاهل إلى حد كبير التأثيرات الحالية على بقية عناصر انتشار التسويق الأخرى،