

أولاً: مفهوم المزيج التسويقي. يعرف المزيج التسويقي على أنه مزيج من المنتجات التسويقية والتي يتجرى التحكم فيها وتستخدمها المنظمة لتحقيق المستوى لمطلوب من المنتجات في الأسواق التي تستهدفها. وكما عرف كذلك على أنه عبارة عن مجموعة من أدوات التسويق التي يتم استخدامها من قبل المنظمة لخلق استجابة في أسواق المستهدفة المتنوعة وتمثل الإجراءات التي تقوم المنظمة بها للتأثير على الزبائن لطلب المنتجات التي تقدمها. (حسين احمد وفائق جواد، ثانياً: أبعاد المزيج التسويقي.

يعد الأخذ بالميزج التسويقي أحد الاستراتيجيات التسويقية المعروفة والتي تستخدمها المنظمات وهو أي شيء تقدمه للسوق نحسين إدارة تسويق المنتجات، لدينا المنتج وهو إيشو تقدمه للسوق للاستحواذ والاستهلاك أو الاستخدام الذي يلبي احتياجات الزبون ويرغب في دفع ثمنه. ولدينا السعر وهو المبلغ الذي يقوم الزبون بدفعه للحصول على المنتج ويمثل استرجاع كلفة المنتج والربح للبائع وهو عامل أساسى في تحقيق رضا الزبون، ومن الممكن أن يؤدي الاختلاف في السعر إلى تغيير العلامة التجارية. أما الأسعار المبالغ فيها فتؤدي إلى خيبة آمل للزبون وعدم تكرار الشراء وزيادة الشكوى والدعایة السلبية، ولهذا تعد استراتيجيات التسعير ليست بالأمر السهل لأنها تؤثر وبشكل مباشر على رضا الزبون وإيرادات المنظمة. بالإضافة إلى الترويج وهو الوسيلة التي تستخدمها المنظمات في إعلام الزبائن بالمنتجات التي يقدمونها وتقوم بتذكيرهم وإقناعهم بشكل مباشر أو غير مباشر عن طريق الترويج. وأخراً وليس أخراً لدينا التوزيع وهو تصميم قنوات توزيع مناسبة من خلال اختيار المكان المناسب للسوق و اختيار المنتجات التي تعرض فيها لضمان نجاح تسويقها وتحديد حجم المكان المناسب لعرضها و مراعاة اختلاف الاستهلاك والشراء من منطقة لأخرى فهي ليست نفسها لذلك لن يكون نجاح المنتجات بنفس القدر في كل مكان. (حسين احمد وفائق جواد، وتمثل في 7P إلى 4P وقد تطورت عناصر المزيج التسويقي من الدليل المادي الذي يشير إلى الأدلة الملموسة التي تساعد الزبائن على الاستفادة من الخدمة المقدمة وتتضمن هذه الأدلة عناصر مثل التصميم والتأثير ومظهر الموظفين ووسائل الاتصال وغيرها. وأيضاً هناك العمليات حيث ترتبط العملية في المزيج التسويقي بعملية إنتاج الخدمة أو تشغيلها والتي تعد عاملاً هاماً لمستهلكي خدمات والاتصالات العادي الذين غالباً ما يعملون أيضاً كمنتج مشارك لخدمات معينة، عملية تقديم خدمة تعني كيف نقدم الخدمة بكفاءة وفعالية حتى تكون في متناول العملاء النهائيين. وكذلك يوجد الأفراد حيث إن الموظفين في المؤسسة الخدمية يلعبون دوراً مهماً في إنتاج وتقديم الخدمات وتأثير على رضا الزبون،