تلعب عملية تحديد مكانة الخدمة دوراً رياديا في إستراتيجية التسويق، يمكن صياغة وتطوير موقف حول موقع أو وضع المؤسسة بما يمكننا من الإجابة عن الأسئلة التالية: ما هو منتجنا (أو مفهوم الخدمة ) ؟ 2 كيف نريد لهذا المنتج أن يكون؟ 3. ما هي الإجراءات والخطوات التي يجب أن تنتهجها للوصول إلى هناك؟ ففي حالة الشركات ذات المواقع المختلفة. أو الخدمات المختلفة، فإنه يمكن إرساء موقع لكامل المؤسسة الخدمية أو لسوق خدمة معينة أو لخدمة محددة في تلك السوق، باعتبار أن الانطباع المكون عن خدمة معينة قد ينتشر ليشمل الخدمات الأخرى، فإن من شأن ذلك أن يعزز الإدراكات لدى الناس حول خدمات هذه المستشفى في مضمار الجراحة العامة، أو الأمراض النسائية أو أمراض العيون الخ. والفشل في تطوير خطة تسويقية فاعلة مصممة لبلوغ ذلك الموقع والمحافظة عليه، قد يؤدي إلى نتائج وخيمة في مقدمتها : 1. ستواجه المؤسسة الخدمية (أو إحدى خدماتها وضعاً تكون فيه في منافسة مع منافسين أقوياء لن تكون المؤسسة قادرة على مجاراتهم أو التنافس معهم بكفاءة وفعالية. 2. سيتم دفع الخدمة إلى موقع لا يرغب فيه أحد،

lakhasly.com © تم تلخيص النص بواسطة موقع لخصلي