

يمكن تلخيص أهمية التسويق الاجتماعي في ثالث محاور رئيسة، التي تسعى إلى تحقيقها منظمات الأعمال باتجاه تعظيم يعد هذا الهدف من أبرز الأهداف ال أرباحها لصالح منفعة المالكين، في ذلك الصدد، " Friedman " بالقول: " هنالك شيء واحد وال شيء غيره في المسؤولية الاجتماعية لمنظمات وهو استخدامها للموارد وتضمينها لأنشطة المطلوبة باتجاه زيادة أرباحها على الأمد الطويل، 2- المسؤولية تجاه المرتبطين بالمؤسسة: والمتمثلة في العاملون بالمؤسسة، المستهلكون، الموزعون والمجهزون . حيث تكون المسؤولية الاجتماعية في جانبها التسويقي والسعي لإدامة العالقة معهم أو تقديم السلع أو الخدمات المناسبة لهم. S.Perrier "ة في) 13 (الأمريكية، الثالثة عشر قنينة من المياه المعدة للتسويق. وعلى إثر ذلك قامت المؤسسة بالتعاون مع الأطراف ال معها باسترداد ما يقارب 160 مليون قنينة من 120 ملئت خسارةً المختلف تي تتعامل وتح 3- المسؤولية تجاه المجتمع: الإيجابية نحو مصلحة المجمع، وأن يتم تحقيق الأرباح على الأمد الطويل بنفس الوقت ، أهمية التسويق الاجتماعي: 13 ختطيط احلمالت أن يكون هنالك تعارض ما بين الهدفين أو تفضيل هدف الربح على إنجاز الأنشطة ال س ئل تي ت وفي هذا الصدد، المصلحة الاجتماعية العامة هي القضية، ومعنى ذلك، والكبيرة منها خاصة، أن تضع الرفاهية العامة ومصلحة المجتمع فوق أي اعتبار ذاتي،