يمكن تلخيص أهمية التسويق االجتماعي في ثالث محاور رئيسة،ّتي تسعى إلى تحقيقها منظمات أألعمال باتجاه تعظيم يعد هذا الهدف من أبرز أألهداف ال أرباحها لصالح منفعة المالكين، في ذ لك الصدد، " Friedman " بالقول: "هنالك شيء واحد وال شيء غيره في المسؤولية االجتماعية لمنظمات وهو استخدامها للموارد وتضمينها لألنشطة المطلوبة باتجاه زيادة أرباحها على أألمد الطويل، ـ2 المسؤولية تجاه المرتبطين بالمؤسسة: والمتمثلة في العاملون بالمؤسسة، المستهلكون، الموزعون والمجهزون . حيث تكون المسؤولية االجتماعية في جانبها التسويقي والسعي إلدامة العالقة معهم أو تقديم السلع أو الخدمات المناسبة لهم. S.Perrier" ةّ في) 13(أألمريكية، ثالثة عشر قنينة من المياه المعدة للتسويق. وعلى إثر ذلك قامت المؤسسة بالتعاون مع أألطراف ة ال معها باسترداد ما يقارب 160 مليون قنينة من 120 ملت خسارةّ المختلف تي تتعامل وتح ـ3 المسؤولية تجاه المجتمع: إإليجابية نحو مصلحة المج تمع، وأن يتم تحقيق أألرباح على أألمد الطويل بنفس الوقت ، أهمية التسويق االجتماعي: 13 ختطيط احلمالت أن يكون هنالك تعارض ما بين الهدفين أو تفضيل هدف الربح على إنجاز أألنشطة ال س ئلّتي ت وفي هذا الصدد، المصلحة االجتماعية العامة هي القضية، ومعنى ذلك، والكبيرة منها خاصة، أن تضع الرفاهية العامة ومصلحة المجتمع فوق أي اعتبار ذاتي،

lakhasly.com © تم تلخيص النص بواسطة موقع لخصلي