

1/إعادة تنظيم الهياكل التسويقية التسويق في العصر الرقمي لم يعد مقتصراً على نهج معزول أو منفصل، بل يتكامل مع المنظمة بأكملها ويتغلغل فيها. وبالتالي، قال جون كوتير، خبير القيادة والاستراتيجية في كلية هارفارد للأعمال، ذات مرة إن جميع هياكل الإدارة تقريباً تتبع النموذج الهرمي كمنتج للقرن الماضي. ومع ذلك، فإن نقاط قوته في الصيانة والتحسين تتعارض مع متطلبات التحول والتغيير في الفرص الجديدة، على سبيل المثال،