

لتنافس الهجومي فى الأسواق المحلية والدولية ؟ حيث أن التنافس أصبح يشكل خطراً حقيقياً على المنظمات التي لا تستطيع التفاعل بشكل إيجابي مع معطيات الأسواق لتتكيف مع متطلباتها من ناحية جودة المنتج وسعره وتوزيعه وخدماته اللاحقة وغير ذلك. لهذا فإن السياسات التسويقية التقليدية التي سادت خلال فترة طويلة من الزمن لم تعد مناسبة في القرن الحَدّدي والعشرين، 1- زيادة المساحات الجغرافية التي تغطي المنظمة إحتياجاتها من السلع والخدمات علي الصعيدين المحلي والدولي.