

أولاً: المدخل الابتكاري في تحليل وحل المشكلات: لإنتاج الأفكار يوجد أسلوبين: وتكون النتيجة من المناقشة الجماعية: أولاً: المدخل الابتكاري في تحليل وحل المشكلات: لإنتاج الأفكار يوجد أسلوبين: أسلوب الجماعة الاسمية: ويتم من خلالها إدخال مدخلات أفراد المجموعة إلى عملية اتخاذ القرارات التسويقية بطريقة فردية، وتعتبر مناسبة في حالة عدم الاتفاق بصورة جماعية أو عدم المعرفة التامة بجوانب المشكلة، ثانياً: المدخل التقليدي لتحليل وحل المشكلات: تعريف المشكلة: التباين بين الواقع الحالي الملموس والواقع المأمول، تحليل المشكلة: تحليل الوضع القائم والتعرف على مسبباته والانحراف بين المخطط والمنفذ صعوبة تشخيص المشكلة: ويمكن حلها عن طريق: تقديم مؤشر يساعد على التمييز بين المشكلة الحقيقية وظواهرها الفرعية محاذير اتخاذ القرارات التسويقية لا للمجاملات في اتخاذ القرارات التسويقية: عدم مجاملة من لا يصلح ان يكون مستشارا لا للعواطف: قد تؤدي العواطف إلى مشاكل أكبر من المشكلة التي ينبغي حلها