أولا: مفهوم المزيج التسويقي. يعرف المزيج التسويقي على انه مزيج من المتغيرات التسويقية والتي يتجري التحكم فيها وتستخدمها المنظمة لتحقيق المستوى لمطلوب من المبيعات في الأسواق التي تستهدفها. وكما عرف كذلك على انه عبارة عن مجموعة من أدوات التسويق التي يتم استخدامها من قبل المنظمة لخلق استجابة في أسواق المستهدفة المتنوعة وتمثل الإجراءات التي تقوم المنظمة بها للتأثير على الزبائن لطلب المنتجات التي نقدمها. (حسين احمد وفائق جواد، ثانيا: أبعاد المزيج التسويقي. يعد الأخذ بالمزيج التسويقي احد الاستراتيجيات التسويقية المعروفة والتي تستخدمها المنظمات وهو أي شيء تقدمه للسوق نحسين إدارة تسويق المنتجات، لدينا المنتج وهو ايشو تقدمه للسوق للاستحواذ والاستهلاك أو الاستخدام الذي يلبي احتياجات الزبون ويرغب في دفع ثمنه. ولدينا السعر وهو المبلغ الذي يقوم الزبون بدفعه للحصول على المنتج ويمثل استرجاع كلفة المنتج والربح للبائع وهو عامل أساسي في تحقيق رضا الزبون، ومن الممكن أن يؤدي الاختلاف في السعر إلى تغيير العلامة التجارية. أما الأسعار المبالغ فيها فتؤدي إلى خيبة آمل للزبون وعدم تكرار الشراء وزيادة الشكوى والدعاية السلبية، ولهذا تعد استراتيجيات التسعير ليست بالأمر السهل لأنها تؤثر وبشكل مباشر على رضا الزبون وإيرادات المنظمة. بالإضافة إلى الترويج وهو الوسيلة التي تستخدمها المنظمات في إعلام الزبائن بالمنتجات التي يقدموها وتقوم بتذكيرهم وإقناعهم بشكل مباشر أو غير مباشر عن طريق الترويج. وأخرا وليس أخرا لدينا التوزيع وهو تصميم قنوات توزيع مناسبة من خلال اختيار المكان المناسب للسوق واختيار المنتجات التي تعرض فيها لضمان نجاح تسويقها وتحديد حجم المكان المناسب لعرضها ومراعاة اختلاف الاستهلاك والشراء من منطقة لأخرى فهي ليست نفسها لذلك لن يكون نجاح المنتجات بنفس القدر في كل مكان. (حسين احمد وفائق جواد، وتتمثل في وقد تطورت عناصر المزيج التسويقي من الدليل المادي الذي يشير إلى الأدلة الملموسة التي تساعد الزبائن على Pإلى 4 7P الاستفادة من الخدمة المقدمة وتتضمن هذه الأدلة عناصر مثل التصميم والتأثيث ومظهر الموظفين ووسائل الاتصال وغيرها. وأيضا هناك العمليات حيث ترتبط العملية في المزيج التسويقي بعملية إنتاج الخدمة أو تشغيلها والتي تعد عاملا هاما لمستهلكي خدمات والاتصالات العادية الذين غالبا ما يعملون أيضا كمنتج مشارك لخدمات معينة، فعملية تقديم خدمة تعني كيف نقدم الخدمة بكفاءة وفعالية حتى تكون في متناول العملاء النهائيين. وكذلك يوجد الأفراد حيث إن الموظفين في المؤسسة الخدمية يلعبون دورا مهما في إنتاج وتقديم الخدمات وتأثير على رضا الزبون،

Summarized by © lakhasly.com