

يمكن تلخيص أهمية التسويق الاجتماعي في ثالث محاور رئيسية، تي تسعى إلى تحقيقها منظمات الأعمال باتجاه تعظيم يعد هذا بالقول: "هنالك شيء واحد وال شيء" Friedman "، الهدف من أبرز الأهداف ال أرباحها لصالح منفعة المالكين، في ذلك الصدد غيره في المسؤولية الاجتماعية لمنظمات وهو استخدام الموارد وتضمينها للأنشطة المطلوبة باتجاه زيادة أرباحها على الأمد الطويل، 2- المسؤولية تجاه المرتبطين بالمؤسسة: والمتمثلة في العاملون بالمؤسسة، المستهلكون، الموزعون والمجهزون . حيث تكون المسؤولية الاجتماعية في جانبها التسويقي والسعي لإدامة العالقة معهم أو تقديم السلع أو الخدمات المناسبة لهم .
ة (في) 13 (الأمريكية، ثلاثة عشر قنينة من المياه المعدة للتسويق. وعلى إثر ذلك قامت المؤسسة بالتعاون مع "S.Perrier الأطراف ال معها باسترداد ما يقارب 160 مليون قنينة من 120 ملت خسارةً المختلف تي تتعامل وتحت 3- المسؤولية تجاه المجتمع: الإيجابية نحو مصلحة المجمع، وأن يتم تحقيق الأرباح على الأمد الطويل بنفس الوقت ، أهمية التسويق الاجتماعي: 13 ختطيط احلمالت أن يكون هنالك تعارض ما بين الهدفين أو تفضيل هدف الربح على إنجاز الأنشطة ال س ثل تي ت وفي هذا الصدد، المصلحة الاجتماعية العامة هي القضية، ومعنى ذلك، والكبيرة منها خاصة، أن تضع الرفاهية العامة ومصلحة المجتمع ،فوق أي اعتبار ذاتي