

أهمية الرقابة وتقييم الأداء التسويقي تساعد الرقابة والتقييم في توفير البيانات اللازمة لتحديد الاستراتيجيات التسويقية الأكثر فعالية. 2. قياس فعالية الحملات التسويقية تتيح الرقابة تتبع نتائج الحملات التسويقية وتحديد مدى نجاحها، مما يمكن الشركات من تعديل استراتيجياتها في الوقت المناسب. يمكن للشركات التعرف على نقاط قوتها وضعفها مقارنةً بالمنافسين، مما يساعد في تحسين ممارسات التسويق وزيادة التنافسية. يساعد التقييم المستمر على فهم احتياجات العملاء وتوقعاتهم، ٥. زيادة العوائد المالية من خلال تحسين استراتيجيات التسويق بناءً على البيانات