

يعد المزيج التسويقي واحده من ابرز واهم العناصر التي تؤلف اي استراتيجيه تسويقيه ويرى كوتلر ان المزيج التسويقي هو التسويق ذاته او بشكل ادق فان المزيج التسويقي يمثل على ارض الواقع الاستراتيجيه التسويقيه الشامله التي ترسمها الاداره العليا للشركه ويعرف المزيج التسويقي باربعة عناصر وهي الا ان هذا المزيج التسويقي التقليدي قد تعرض الى انتقادات شديده من قبل الباحثين المجددين في مجال الخدمات حيث يجمع هؤلاء على ان هذا المزيج بصيغته التقليديه الموروثة عن ايام ما بعد الثوره تدعو الى ضروره الابتعاد عن المزيج التسويقي التقليدي العقيم كما shostack الصناعيه لا يصلح لقطاع الخدمات فالباحثه تصفه باتجاه مدخل جديد يتلائم وطبيعته قطاع الخدمات الفريده ويرى انه ينبغي الاستغناء تماما عن مزيج تسويق الرباعي واستبداله بمزيج تسويقي يكون ملائم للخدمات