

لأن المؤسسة تهدف من خلاله الى تصريف وبيع منتجاتها من سلع وخدمات وبذلك فالتسويق يرافق المنتج قبل صنعه وأثناء صنعه وعند بيعه وحتى بعد بيعه وذلك من خلال تفاعل مجموعة من العناصر هي المنتج، فيكون اهتمام المؤسسة منصبا على المنتج من خلال تركيبه، ثم تقوم بتحديد السعر المقبول لدى المستهلكين لهذا المنتج باستعمال عدة طرق وأساليب لتضمن المؤسسة الربح لها والسعر المقبول للمستهلك وهذه هي سياسة التسعير، ومن خلال تخصيص المؤسسة لأماكن حيث تعرض وتبيع منتجاتها نكون أمام سياسة التسعير. وتبقى كل هذه العناصر مبهمة لدى الزبون الا من خلال استعمال وسائل وأساليب متنوعة يتم من خلالها ابلاغ واعلام هذا الزبون بمكان تواجد المنتج وأسعاره وخصائصه وهذه العملية تعرف بالترويج