

ويشير إلى جملة الأدوات والتقنيات التي تستخدمها الشركات والمؤسسات للتواصل مع جمهورها أو عملائها. يشمل هذا النوع من التسويق كل الأنشطة التي تقوم بها الشركة لنقل رسائل تسويقية للجمهور، سواء كان ذلك عبر وسائل الإعلان التقليدية مثل التلفزيون والصحف، أو عبر وسائل الاتصال الحديثة مثل الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي. عادةً ما يتضمن مفهوم (SMS) العديد من الأنشطة مثل الإعلان، والتسويق عبر البريد الإلكتروني، والتسويق عبر الرسائل القصيرة Marcom إلى بناء وتعزيز العلاقة بين العلامة التجارية وجمهورها، وتحقيق أهداف التسويق مثل زيادة الوعي Marcom استراتيجيات، بالعلامة التجارية، وبناء الولاء للعلامة التجارية