

ETHICAL MARKETING

التسويق الأخلاقي

لطالما ارتبط مفهوم **التسويق** بالخدع التجارية و عرف عن الحملات التجارية أنها تسعى لإخفاء عيوب المنتج أو الخدمة ، ولكن ما لا يعرفه الكثيرون أن **التسويق الناجح هو إنعكاس لجودة و قوة المنتج** و بالتالي فمن غير المعقول إستثمار الأموال لترويج منتج ضعيف أو غير نافع.

مهم جداً لكل مسوّق التحلي **بالمبادئ و القيم** و أن يضع كافة الأفكار التسويقية ضمن إطار أخلاقي

أذكر بعض النقاط في هذا السياق :

التأكد من سلامة المنتج أو الخدمة قبل إتخاذ القرار بتسويق المنتج

عدم التعرض الى المنافسين بشكل مباشر و مؤذي

التركيز على الخصائص التنافسية و المميّزة للمنتج

وقعت العديد من العلامات التجارية في فخ المنافسة غير الأخلاقية فنرى بعض الإعلانات التجارية التي تشيّر و بشكل واضح جداً الى المنتج المنافس مع التركيز على نقاط الضعف.

مثال : إعلانات الصابون و المنتجات المنزلية

مفعول الإعلان قد يبقى لوهلة إلا أن مصداقية الشركة و العلامة تحديداً ستكون على المحك لأن المستهلك يرتبط بالعلامة ارتباطاً عاطفياً قبل أي شيءٍ آخر !



بقلم :

اسراء احمد