



מי אחראי כאן על השיווק?

ניהול חוויית המותג המבוססת על הבטחת ערך ללקוחות אינה תפקידה הבלעדית של מחלקת השיווק. אם כל הפונקציות בארגון לא ייקחו חלק פעיל ביצירה ובטיפוח היום יומי של הבטחת הערך - הלקוחות יתבלבלו במקרה הטוב, ויתרגזו במקרה הרע.

חוויית הלקוח המבוססת על מספר רגעי קסם המהווים למעשה את המימוש של הבטחת המותג חייבת להיות במתאם גבוה עם: תרבות הארגון (באחריות ההנהלה הבכירה), עם ההתנהגות הארגונית שלו (באחריות משאבי האנוש), עם תמהיל המוצרים ומחירים (באחריות מחלקות המו"פ, התפעול והכספים), עם אופי השוק והתנהגות הלקוחות (באחריות מחלקת המחקר השיווקי), עם מערך התקשורת השיווקית (באחריות מחלקת המרקום) ועם הנראות והתחושה שמשרים המערך הפיזי של החברה ומוצריה (באחריות מנהל חוויית הלקוח).

אז מי אחראי כאן על השיווק? כולנו!