

يعتبر الزبون أساس أي منظمة ، حيث توجه نحوه الجهود و اهتمامات و انشغالات كل المسؤولين في المؤسسة ، من أجل البحث في سلوكه و دراسة حاجاته و رغباته، لإيجاد أنجع السبل و الوسائل لتلبيتها ، تتمثل هذه السياسات و الوسائل و السبل في تصميم استراتيجيات تسويقية متوجهة بالزبون ، من بين هذه الاستراتيجيات استراتيجية التوزيع، هذا من أجل تقديم منتج ذو قيمة في المكان و الزمان المناسبين ، مما يحقق للزبون مستوى عالي من الرضا يكون ضمانا كافيا لخلق ولاء وبالتالي تحقيق ربحية المؤسسة الذي يمثل بدوره هدف استراتيجي لكل المنظمات ، ولا يمكن أن تصل هذه الأخيرة إلى هذا إلا إذا تبنت ثقافة أو سياسة كسب رضا الزبائن ، وهو أمر قد تتجاهله الكثير من المنظمات مما يستدعي لفت انتباهها و تركيز اهتمامها عليه