

Marketing xã hội (Social Marketing) là việc áp dụng những kỹ thuật tiếp thị trong kinh doanh cho việc phân tích, hoạch định, thực thi và kiểm soát giá những chương trình để các thiết kế tác động đến hành vi tự nguyện của tập thể để những mục tiêu nhằm đem lại lợi ích tốt lành cho bản thân họ và cho xã hội mà họ là thành viên.

Phân loại marketing xã hội

Bản thân marketing xã hội không có một nguyên tắc phân loại rõ ràng. Các mục tiêu của dịch vụ xã hội rất đa dạng, vì thế dựa vào các khái niệm và định nghĩa của marketing xã hội thì mỗi hoạt động áp dụng các kỹ thuật tiếp thị kinh doanh nhằm mục tiêu phục vụ cho lợi ích của đối tượng mục tiêu hay cho toàn xã hội đều là hoạt động marketing xã hội, cho dù hoạt động đó có thể được đặt tên gọi khác nhau.

Trên thế giới, hiện nay đã và đang có một số hoạt động marketing xã hội cho các mục tiêu cụ thể khác nhau như sau:

- Mục tiêu xã hội có các hoạt động như: marketing xã hội và việc cung cấp chiêu sinh cho trẻ em học; và việc vận động để nới rộng ô nhiễm xe máy; và kế hoạch hóa gia đình; chăm sóc bệnh nhân gia đình; và phòng chống lạm dụng trẻ em...
- Mục tiêu sức khỏe cộng đồng có các hoạt động gồm: marketing xã hội và phòng chống HIV – AIDS, và phòng chống ung thư các bệnh phụ nữ (ung thư vú, cổ tử cung v.v...), và kế hoạch hóa gia đình, và phòng chống cao huyết áp, và phòng ngừa cholesterol, và phòng ngừa phóng xạ, và phòng ngừa suy dinh dưỡng, và phòng ngừa bệnh hen, và liệu pháp hydrat động răng miệng, và phòng ngừa loãng xương, và phòng chống suy nhược...
- Mục tiêu phát triển nhân lực công chúng có các hoạt động như: marketing xã hội và việc vận động nuôi con bằng sữa mẹ, và phòng chống lạm dụng động vật, và chống hút thuốc lá, và chống ngừa phòng chống bệnh dịch, và việc cung cấp vận chuyển thân thể v.v...

Ý nghĩa: Việc nghiên cứu và vận dụng nội dung khoa học của marketing xã hội vào môi trường tiếp thị – xã hội chính của chúng ta góp phần nâng cao hiệu quả kinh tế và phúc lợi xã hội.

