

راهبردهای ممکن بازاریابی

راهبردهای تقسیم بندی

- جغرافیایی
- مردم شناختی
- روان نگاشتی
- رفتاری

راهبردهای انتخاب بازار هدف

- تمرکز بر یک بخش
- خصوصیات انتخابی
- تخصص در محصول
- تخصص در بازار
- پوشش کامل بازار

راهبردهای تفکیک

- خود محصول
- خدمات
- پرسنل
- وجهه

راهبردهای موقعیت یابی

- موقعیت یابی خصیصه ای
- موقعیت یابی سودجویانه
- موقعیت یابی کاربردی/استعمالی
- موقعیت یابی کاربر
- موقعیت یابی رقابتی
- موقعیت یابی رده بندی محصول
- موقعیت یابی قیمت/کیفیت

راهبردهای ترکیبی بازاریابی

محصول

- توسعه ی محصول جدید
- خط تولید
- علامت تجاری
- بسته بندی/ نشانگذاری
- تصمیمات دوره ی عمر محصول

قیمت گذاری

- قیمت گذاری افزایشی
- قیمت گذاری بازگشتی
- قیمت گذاری ارزش دریافتی
- قیمت گذاری ارزشی
- قیمت گذاری نرخ
- قیمت گذاری مزایده ای
- قیمت گذاری جغرافیایی
- قیمت گذاری تخفیف دار
- قیمت گذاری ارتقائی
- قیمت گذاری تبعیضی
- قیمت گذاری ترکیبی

ارتقاء

- تبلیغات
- بیلبوردها
- نمایش در محل خرید
- نمادها و نشانهای تجاری
- تبلیغات داخل بسته بندی
- ارتقاء فروش
- روابط عمومی
- فروش شخصی
- بازاریابی مستقیم

مکان

- انتخاب مجرای فروش
- تجهیزات بازار
- موجودی

❑ روشهای حمل

راهبردهای جاری بازاریابی

❑ بازاریابی تعاملی

❑ بازاریابی از طریق پایگاه داده