

راهبردهای ممکن فروش و 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 موضع گیری

- موضع گیری خصیصه ای
- موضع گیری سودجویانه
- موضع گیری کاربرد/بکارگیری
- موضع گیری کاربر
- موضع گیری رقابتی
- موضع گیری رده بندی محصول
- موضع گیری قیمت/کیفیت

راهبردهای ترکیبی فروش

محصول

- بسط محصول جدید
- خط تولید
- نوع و نام تجاری
- بسته بندی/ نشانگذاری
- تصمیمات دوره ی عمر محصول

قیمت گذاری

- نرخ گذاری افزایشی
- قیمت گذاری هدف-بازگشتی
- قیمت گذاری ارزش-دریافتی
- قیمت گذاری ارزشی
- قیمت گذاری با نسبت
- قیمت گذاری مزایده ای
- قیمت گذاری جغرافیایی
- امکان تخفیف قیمت
- قیمت گذاری ارتقائی
- قیمت گذاری تبعیض آمیز
- قیمت گذاری ترکیبی محصول

ارتقاء

- تبلیغات
- بیلبرد
- نمایش در محل خرید
- نمادها و نشانهای تجاری
- تبلیغات درون بسته بندی
- ارتقاء فروش
- روابط عمومی
- فروش شخصی
- فروش مستقیم

مکان

- انتخاب مجرای فروش
- تجهیزات بازار
- انبار

❑ روشهای حمل

راهبردهای فعلی فروش

❑ فروش رابطه ای

❑ فروش پایگاه داده ای