

4P, 5P etc

Принято считать, что своей популярностью концепция 4P обязана моим книгам, но я вижу свой вклад в утверждении, что 4P — это тактическая схема и ей должны предшествовать стратегические решения STP-маркетинг:

- сегментирование;
- выделение целевого рынка;
- позиционирование. [...]

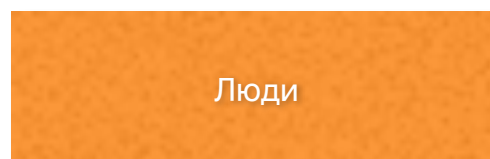
Интересы покупателя можно в концентрированном виде представить концепцией 4C, где товар сопоставим с ценностью для потребителя (customer value), цена — с расходами потребителя (customer costs), место — с доступностью товара для потребителя (customer convenience), продвижение — с информированностью потребителя (customer communication). Концепция 4C напоминает нам, что покупателям необходимы ценность, низкая общая стоимость, удобство и коммуникации, а не продвижение. [...]

4P



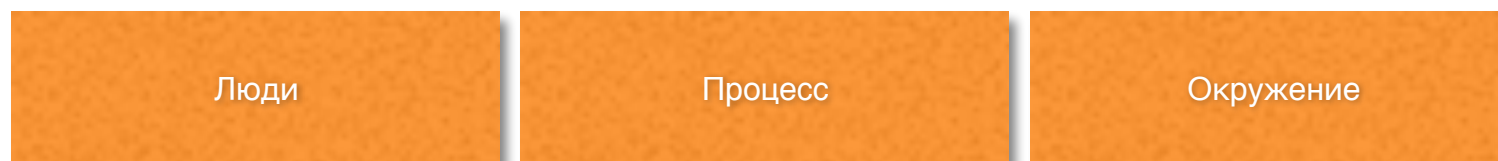
5P

4P +

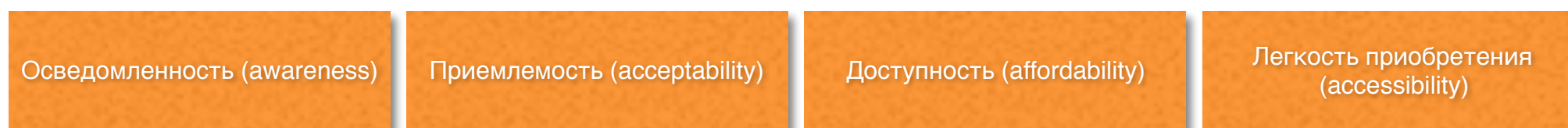


7P

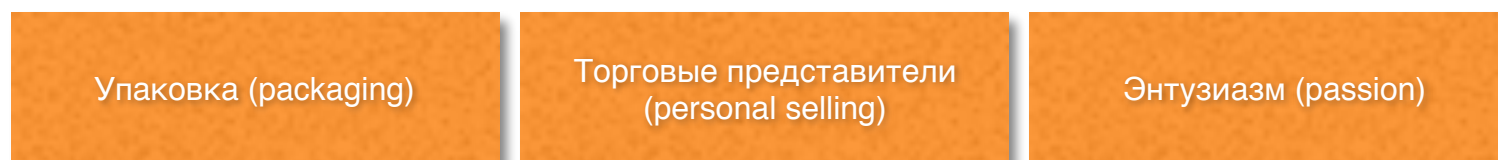
4P +



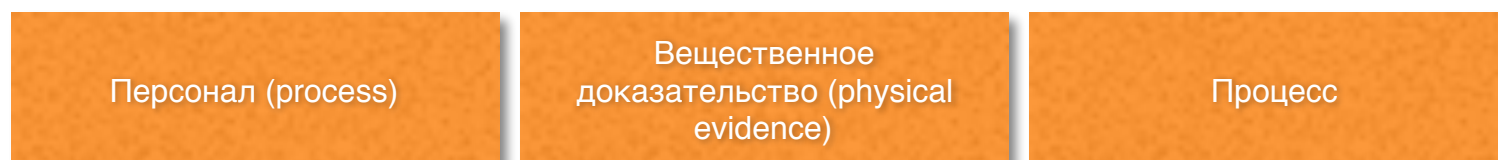
Профессор Ягдиш Шет предложил альтернативную схему, которую назвал 4A.



Еще



Кроме того, для сферы услуг были предложены три дополнительных P:



Еще