

بازار هدف

➤ بازار انحصاری

➤ بازار رقابتی

اهرم های بازارهای رقابتی (ابعاد مارکتینگ)

- بازارشناسی
- بازاریابی
- بازارسازی
- بازارداری
- بازارگردانی
- بازارسنجی
- بازارگرایی
- بازارگرמי
- بازارگردی

بازارشناسی

➤ پتانسیل بازار در دسترس

➤ موقعیت جغرافیایی

➤ موقعیت اقتصادی

➤ موقعیت سیاسی بازار هدف

➤ استانداردهای مورد قبول

بازاریابی

➤ کشف بازار های جدید

➤ کشف پتانسیل های بالقوه

➤ ایجاد تنوع مشتری

بازارسازی

➤ کشف نیازهای پنهان مشتری

➤ ایجاد نیاز در مشتری

بازار داری

➤ ایجاد طبقه بندی مشتریان

➤ خدمات پس از فروش

➤ نظرسنجی از مشتریان

➤ ارتباط با مشتری

بازار گردانی

➤ حضور در نمایشگاه

بهترین محصول - آماده کردن نحوه پرزنت محصول - ثبت اطلاعات بازدیدکنندگان - تولید کاتالوگ - کارت ویزیت - آراستگی نظم و انضباط در غرفه

➤ بردن محصول به بازار هدف و شناساندن محصول

ارسال به صورت دمو به مراکز - ایجاد همایش و پرزنت محصول

➤ جدول مقایسه ای

ایجاد جدول مقایسه ای محصول خود با رقبا - بزرگ نمایی نقاط قوت محصول خود و نقاط ضعف محصول رقبا بدون نام بردن از برند

➤ فیلم صنعتی

تولید فیلم صنعتی محصول با محتوای عملکرد و نقاط قوت محصول

بازار سنجی

➤ پایش میزان خرید بازار

➤ میزان شکست و لغو خرید

➤ میزان سفارش اخذ شده

➤ پایش سهم بازار دسترس

بازارگرایی

➤ گرایش محصول به سمت بازار نیاز در دسترس

➤ منطبق بودن محصول با بازار در دسترس

بازار گرمی

بلد کردن نقاط تمایز

ارائه رزومه

تولید محتوا

بازار گردی

➤ دعوت به بازدید از محل تولید

➤ حضور در بازار هدف