

De vier P's 1

Een bekend voorbeeld van de vier P's en de samenhang daartussen is de benadering van bierproducent Grolsch. De verkoop was gericht op het imago van een kwalitatief hoogwaardig product. Dat imago was in alle aspecten van de marketing terug te vinden. Een dergelijk kwalitatief hoogwaardig product past natuurlijk niet in een gewoon flesje (verpakking; beugelfles). De promotie diende ook af te wijken en kwaliteit uit te stralen (promotie; bioscoopfilmpjes, met een op het imago afgestemde boodschap; vakmanschap is meesterschap). Tenslotte, een dergelijk product kan niet goedkoop zijn, hetgeen een prettige bijkomstigheid had (prijs; relatief hoog).