

De vier P's 2

Product (goed of dienst)
Definitie (kenmerken)
Eigenschappen (levenscyclus)
Bijdrage aan de strategische doelstelling
Relatie in dienstenpalet
Verschijningsvorm (merkenbeleid, verpakking)
Service en klachten
Plaats
Bijdrage aan de strategische doelstelling
Relatie productie en verkooppunten
Organisatiekenmerken
Randvoorwaarden aan verkooppunten (reëel of virtueel)
Prijs
Bijdrage aan de strategische doelstelling
Financieel
Kostprijs en factoren (intern/extern), marge, omzet en marktaandeel
Prijsbeleid en prijsstrategie (prijs, kortingen, segmentatie, geografisch, betaalwijze)
Overige prijsaspecten
Bereikbaarheid, levertijd, keuzemogelijkheid, imago)
Promotie
Bijdrage aan de strategische doelstelling
Op de kenmerken van het product gebaseerde maatregelen:
Communicatie gericht (doelgroepkeuze, media, boodschap, evaluatie)
Bonus gericht (onderdeel prijsbeleid)
Op de kenmerken van de organisatie gebaseerde maatregelen:
Bedrijfscommunicatie (zie communicatiebeleid hoofdstuk 4)