NUEVAS PERSPECTIVAS DE MARKETING

También considerarán factores, como los impuestos, las tarifas de importación de los clientes, de ser así, al tratar de inventar políticas publicitarias, dones y descuentos, así que otorgar por ejemplo. Regalos a los clientes que acuden a ellos para comprar por primera vez, folletos publicitarios distribuidos de puerta en puerta, como de boca en boca, marketing por correo electrónico a clientes recurrentes, más capacitación del personal y más para vender la mayoría de los clientes posibles, encontrar a los clientes. Nuevos clientes a lo largo de estas políticas, y una mejor organización, y una mejor tasa de comisión como minoristas, estuvieron de acuerdo con los vendedores integrales, por lo tanto, B2B, donde corresponda para comprar más productos de ellos, a precios más bajos posibles. En momentos de inflación localmente, ofrecerán descuentos a través de ventas ascendentes y también ofrecerán servicios un poco personalizados, a los clientes que han comprado, muy lejos de ellos, al menos dos veces, dígalo.