

Bài tập 3: Định dạng Paragraph, Font, Borders and Shading

CHÍNH SÁCH 4Ps TRONG MARKETING

Product (sản phẩm)

Sản phẩm là bất cứ vật gì có thể đưa ra thị trường để gây sự chú ý, được thu nhận, sử dụng hoặc tiêu thụ. Khi đưa ra một sản phẩm người ta cần cân nhắc những điều sau:

Khách hàng mục tiêu
Nhãn hàng (Brand name)
Bao bì sản phẩm
Nhãn sản phẩm (Labelling)
Dịch vụ khách hàng.
Họ sản phẩm (Product line)
Tổ hợp sản phẩm

Price (Giá cả)

Trong quá khứ, giá được quyết định bởi người mua và người bán qua việc trả giá. “**Chính sách một giá**” là một ý tưởng mới xuất hiện cùng với việc phát triển hệ thống bán lẻ vào cuối thế kỷ 19. Các yếu tố phi giá cả ngày càng trở nên quan trọng đối với hành vi lựa chọn của người mua trong những thập niên gần đây.

Place (Kênh phân phối)

Các quyết định về kênh phân phối rất quan trọng vì việc chọn kênh phân phối cho một sản phẩm ảnh hưởng đến mọi hoạt động tiếp thị khác và các quyết định về kênh phân phối của một doanh nghiệp là một công cụ cạnh tranh trong dài hạn.

Promotion (Chiêu thị)

Quảng cáo là bất kỳ hình thức trình bày hoặc giới thiệu các ý tưởng hoặc hàng hóa/dịch vụ một cách gián tiếp được chi trả bởi một doanh nghiệp nào đó.

Khuyến mãi là các khuyến khích ngắn hạn nhằm gia tăng sức mua hoặc doanh số bán của một loại hàng hoá/dịch vụ.

Quan hệ xã hội là những hoạt động kích thích một cách gián tiếp nhu cầu về một sản phẩm/dịch vụ bằng cách phát hành các thông tin về sản phẩm trên các phương tiện thông tin.

Giao tiếp bán hàng là quá trình giao tiếp trực tiếp với một hoặc nhiều khách hàng.