Marketing 3.1 : Producttypologien

1. wat is een product?

Product is een middel of dienst om een doel mee te bereiken (meisje met blouse bij h&m). Een pen is niet een pen maar een communicatie middel. Bekijken op een abstracter niveau.

Kijken wat het product voor de consument doet, behoeften.

Materiele kant, immateriele kant: De immateriele kan is de behoeften en het gevoel bij een product, Pc of Apple (gevoel). Materieel is het product zelf.

Product attributen: (behoeftebevredigers) Dit zijn bijvoorbeeld de DJ’s op een dansfeest. Deze behoeftebevredigers noemen we de kernwaarden van een product. Centrale waarden van een school is ook of ze opleiden naar de juiste competenties en beroepen.

5 niveaus van kotler:

1. Core benefit: Behoeftes, ik wil kunnen communiceren. Behoeftebevrediging vanuit een hoger abstractie niveau.

2. Basic product: Pen

3. Expected product: hij kan schrijven

4. Augumented product: Behoefte -> pen -> ik verwacht dat hij schrijft

5. potential product: het product dat aan al deze eisen voldoet.

Soorten producten:

Indelen naar: abstractie, bestemming, duurzaamheid, afzet reageert op een prijsverandering en de afzet reageert op een inkomsverandering.

Duurzaamheid!

Duurzame: gebruiksgoederen.

Niet duurzame: verbruiksgoederen.