

(例) 消耗材系商品のマーケティング

例 XXXXXXXX系商品

特性

- ・ 製品を他社の製品と比べた場合、そのものの性能による差異はない。
- ・ 一度使用が始まれば営業のサポート(コスト)があまりいらずに、リピートされる。
- ・ ただし、利益率は特殊製品に比べて低い。
- ・ 価格が重要な製品の選択の要素。
- ・ 製作に高度な技術はいらない。

- ・ ユーザーの要望にそった商品の製作(企画)が必要。
- ・ ユーザーの特性、ディーラーの販売ルート of 知識が必要。

