

(例) マーケティングおよびセールス戦略まとめ

マーケティング戦略

- 200X-200Y年 :リテンションマーケティング (顧客選択戦略+新規得意客の基盤拡大)
- 200Z年以降 :アクワイアマーケティングへ移行 (フォロワーからチャレンジャーへ)

プロダクト戦略 :新規開発商品 XXXX (今回、ファイナンスによる開発)

- 新機能製品としての新たな市場創出
- 200Z年以降 既存商品の市場へ侵出

セールス戦略 :ダイレクト販売はせず、委託販売による拡販を実施

セールスチャンネル戦略

- A商品群 :戦略パートナーを活用した全国展開
- B商品群 :OEM販売チャンネルを活用した全国展開

OEM協力関係各社

- O社
- P産業
- Q工業
- S販売社