

آیا آمیخته بازاریابی p4 هنوز کاربرد دارد؟

اردیبهشت ۷، ۱۳۹۸۰۴۹۱

ناظر اقتصاد: آمیخته بازاریابی یکی از بخش‌های مهم تدوین یک برنامه بازاریابی است. در واقع بعد از آنکه ماموریت و چشم انداز برنامه بازاریابی با توجه به استراتژی و ماموریت سازمان تعریف شد، وارد فاز میان مدت برنامه بازاریابی می‌شویم که شامل بخش‌بندی بازار و تعیین بازارهای هدف و جایگاه‌یابی است؛ بخش مهمی که در این میان وجود دارد تعریف آمیخته بازاریابی است که در واقع جایگاه برند را در بین رقبا در بازار هدف تعیین می‌کند.

یکی از مدل‌های معمول و پایه‌ای که به منظور مشخص کردن آمیخته بازاریابی استفاده می‌شود p4 است که شامل چهار بخش، محصول و قیمت، مکان عرضه و توزیع، ترویج است؛ بعدها این مدل به p7 و موارد بیشتر توسعه یافت. به هر حال می‌توان موارد زیادی از مدل‌های بعدی ذکر شده را در زیر چتر مدل پایه آمیخته بازاریابی p4 قرار داد.

در واقع، این مدل همان‌طور که ذکر شد دارای چهار بخش است بخش محصول از بخش‌های مهم در آمیخته بازاریابی است اما توجه صرف به این بخش باعث شکست برنامه بازاریابی می‌شود. نکته مهم در این بخش این موضوع است که طراحی محصول مطابق با نیازهای بازارهای هدف باشد. اینکه به توان محصولی را طراحی کرد که بتواند نیازهای تمامی بازارها را پوشش دهد از نگاه بازاریابی امکان‌پذیر نیست. در این بخش بحث‌های عملکردی محصول و خدمات دیگری مانند خدمات پس از فروش و بسته بندی نیز بررسی می‌شود.

بخش قیمت نیز یکی از المان‌های آمیخته بازاریابی در مدل p4 است. به تعبیر ساده، قیمت هزینه‌ای است که مشتری پرداخت می‌کند تا از محصول ما استفاده کند. در واقع تعیین قیمت محصول خود یک فعالیت تخصصی است که پارامترهای مهمی را شامل می‌شود.

مکان عرضه و توزیع محصول نیز یکی از موارد مهم در آمیخته بازاریابی است. اینکه از چه محل و کانال‌هایی برای توزیع محصولات خود استفاده کنیم نیز یکی از موارد مهم است.

ترویج نیز یک بخش بسیار مهم در زمینه آمیخته بازاریابی است در واقع بحث‌های مختلفی مانند تبلیغات و روابط عمومی و ترویج فروش و رویدادها در این بخش قرار می‌گیرند.

در حال حاضر، مدل‌های جدیدی که هم از لحاظ کمی و نگرشی متفاوت هستند در زمینه آمیخته بازاریابی مطرح شده‌اند که بررسی آن نیازمند یک گزارش مجزا است. حال این سوال مطرح است که آیا آمیخته بازاریابی مدل پایه p4 هنوز کاربرد دارد. با نگاهی به کسب و کارهای کشور می‌توان به این نتیجه رسید که کسب و کارهای فراوانی می‌توانند با استفاده از آمیخته بازاریابی p4 در شرایط بازاریابی خود بهبود حاصل کنند.



<https://monitoreconomy.ir/%D8%A2%DB%8C%D8%A7-%D8%A2%D9%85%DB%8C%D8%AE%D8%AA%D9%87-%D8%A8%D8%A7%D8%B2%D8%A7%D8%B1%DB%8C%D8%A7%D8%A8%DB%8C-p4-%D9%87%D9%86%D9%88%D8%B2-%DA%A9%D8%A7%D8%B1%D8%A8%D8%B1%D8%AF-%D8%AF%D8%A7%D8%B1%D8%AF/>