

Marketing mix model для продукції видавництва

Виконав ...



Product

Розглянемо маркетингову модель 7P на прикладі видавництва. Видавництво «Освіта» – це невелике підприємство, яке пропонує навчальну літературу для дітей шкільного віку та вчителів. Використовуючи стратегію 7p, підприємство має можливість не лише ефективно просувати та продавати свої продукти, але й підтримувати гарну репутацію.

Product (Продукт)

Продукт являє собою те, що компанія пропонує ринку і споживачеві. Продуктом може бути як фізичний товар, так і послуга.



Основними продуктами, які пропонує видавництво підручники та допоміжні матеріали до них:

Підручники для дітей шкільного віку

Робочі зошити

Методичні посібники для вчителів

Обладнання та матеріали для практичних занять



Price та Place



Price (Ціна)

Ціна відповідає за кінцевий прибуток від продажу товару. Ціна визначається на основі собівартості продукту, цін конкурентів і бажаної величини прибутку.

- Ціна на підручники видавництва є середньоринковою.
- Знижки для оптових покупців та дистриб'юторів.
- Вищі ціни можуть встановлюватися лише на підручники, написані за новітніми авторськими методиками або за методиками від іноземних авторів.
- Клієнтам надається безкоштовний доступ до методичних матеріалів для вчителів та батьків.
- Зі знижкою можна придбати комплекти матеріалів та обладнання для практичних занять на клас.



Place (Місце)

Місце продажу забезпечує доступність продукту для цільового ринку і означає, що товар компанії повинен бути присутнім на ринку в потрібному місці в потрібний час.

