

Synsätt inom marknadsföring:

- Produktorienterat
- Produktionsorienterat
- Försäljningsorienterat
- Marknadsföringsorienterat

- Samhällsorienterat

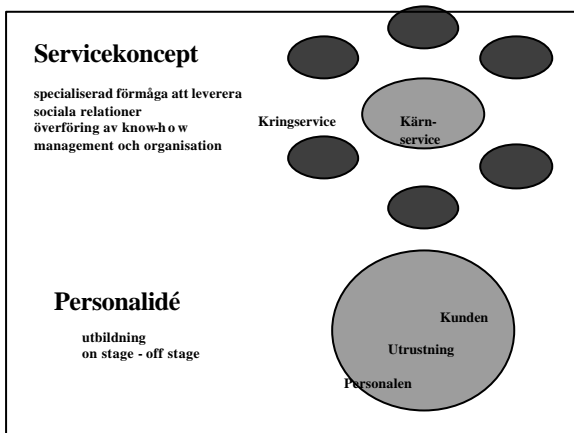
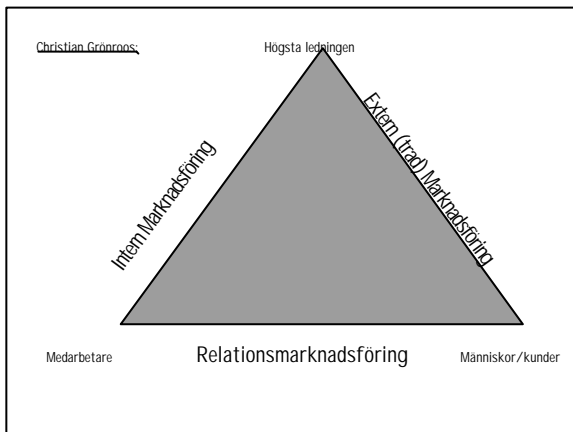
Klassiska konkurrensmedel, 4P:

- Plats (tillgänglighet)
- Produkt
- Påverkan
- Pris

Var finns möjlighet att nå uthållig konkurrensfördel?

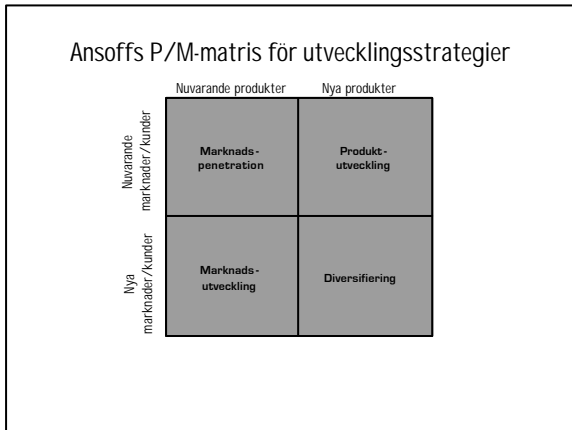
Företag med tjänste- marknadsföring

- Tre typer av marknadsföring
- System för tjänsteleveranser



Marknadsförarens grundverktyg

- P/M-matrisen
- Positioneringsschema



P/M-matris

	I	II	III	IV	V	VI
A						
B						
C						
D						
E						
F						
G						

