

网络营销产品组合策略：扩大产品组合策略 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/62/2021_2022__E7_BD_91_E7_BB_9C_E8_90_A5_E9_c40_62674.htm

1 扩大产品组合策略该策略也称全线全面型策略，即扩展产品组合的广度和深度，增加产品系列或项目，扩大经营范围，以满足市场需要。这将有利于综合利用企业资源，扩大经营规模，降低经营成本，提高企业竞争能力；有利于满足客户的多种需求，进入和占领多个细分市场。但扩大产品组合策略要求企业具有多条分销渠道，采用多种促销方式，对企业资源条件要求较高。如亚马逊书店在稳稳占领了图书这个主营产品市场后，开始增加新的经营品种，其业务范围已经从图书和音像制品成功地拓展到其他利润丰厚的商品中去。1998年11月，亚马逊书店开通音像和礼品商店，商品从游戏盘、索尼随身听到手表和芭比娃娃，无所不有。1998年底，亚马逊书店以2.8亿美元购并了加州和波士顿的两家拥有网络新技术的公司，以协助其扩展网络营销业务。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com