

产品特征及组合策略：网络营销产品策略的变化 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__E4_BA_A7_E5_93_81_E7_89_B9_E5_c40_62679.htm 网络营销产品特征及组合策略 网络营销产品策略的变化在网络营销的环境下，产品策略中信息因素所占的比重越来越多。传统的产品策略开始发生变化，逐渐演变为满足消费者需求的营销策略。产品的概念已由传统的实体或物质的产品转变为现代的产品概念。=产品 实物 服务就是说，企业售出的不光是一些物质型的产品，而是一种综合服务的理念。这包括以下几个方面内容：(1)直接消费市场或生产资料市场中的各类产品(商品)(2)产品的售后服务或纯服务(虚体或无形)产品(3)产品形象、产品文化和后续产品的标准系列化(4)围绕消费者需求的新产品开发策略 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