

تظهر أهمية إدارة الشركة للمنتج على اعتبار أن نجاح المُنْتَج في السوق يعطي مؤشراً دقيقاً لنجاح الاستراتيجية التسويقية في: فالشركة ركزت في عيوب المنتج في السوق وحسنت وطورت المنتج بشكل جيد فالشركة حسنت المنتج وأضافت إليه ابتكارات عديدة لأجل تحسين كفاءة الإستخدام مما حقق لها مبيعات جيدة ومن ناحية السعر فقد ربطت الشركة بين السعر والجودة بتقديم منتج عال الجودة نظراً لإرتفاع السعر وقسمت السعر إلى شرائح تبعاً لقدرة المشتري مما جعله عاملاً أساسياً لشراء المنتج.