1. تجزئة السوق أو تفضيلات القهوة. هذا يسمح للشركة بتخصيص منتجاتها لتلبية احتياجات الفئات المختلفة، مثل تقديم قهوة عالية الجودة للشباب الباحثين عن تجربة مميزة أو خيارات اقتصادية للموظفين. هذه الاستراتيجية تزيد من كفاءة التسويق وتعزز ولاء العملاء. تحسين تخصيص الموارد، زيادة رضا العملاء. نقاط الضعف: تكاليف إضافية للبحث والتحليل، 2. الرسالة التسويقية إذا كانت الرسالة مقنعة ومتسقة، على سبيل المثال، رسالة تسويقية تركز على الجودة والاستدامة قد تجذب عشاق القهوة الفاخرة. نقاط القوة: تعزيز العلامة التجارية، زيادة التفاعل. 3. المزيج التسويقي المكان، على سبيل المثال، تقديم منتجات متنوعة بأسعار تنافسية في مواقع استراتيجية مع ترويج جذاب يضمن تحقيق مبيعات عالية. تحسين الميزة التنافسية. نقاط الضعف: تكاليف مرتفعة لتطوير مزيج تسويقي متكامل وصعوبة الحفاظ على الجودة بشكل دائم 4. العلامة التجارية والشعار علامة تجارية قوية مع شعار مميز تعزز من التعرف على الشركة وتخلق ارتباطًا عاطفيًا مع العملاء. على سبيل المثال، تحسين الجاذبية البصرية، تقوية الهوية.

lakhasly.com © تم تلخيص النص بواسطة موقع لخصلي