

يقال عن استراتيجية السلعة هي قلب خطة التسويق. ان نمو المنشأة واستمرارها يعتمد على نجاحها في تقديم السلع الجديدة وإضافتها الى خط المنتجات . تحاول المنشأة أن تضع استراتيجية السلعة وتهدف في ذلك أن تحدد فرص السلعة الجديدة التي تعطي عائد ممكن على الأموال المستثمرة في ظل أقل خطر ممكن والتي تناسب موارد المنشأة سواء المادية أو الإدارية .