

إن البحث عن العملاء وعملية القصة المصورة والتقييم الدقيق للاستراتيجية المقترحة لن يضمن النجاح. على الرغم من أفضل الاستعدادات، فإن الفشل يكون أمرًا مؤكدًا عندما يتم تنفيذ استراتيجية القطاع بشكل سيئ. يجب توسيعها لتشمل جميع عناصر المزيج التسويقي. قد تتضمن استراتيجية تحديد المواقع القطاعية كلاً من المنتج والسعر، ولكن يجب أن تتضمن استراتيجية المزيج التسويقي الكاملة استراتيجيات الترويج (الاتصالات) والمكان (المبيعات والتوزيع) أيضاً. 13 إذا لم يكن عملاء القطاع المستهدف على دراية كافية بعرض قيمة القطاع أو لم يتمكنوا من الحصول على المنتج في نقاط الشراء المفضلة، فسوف تفشل استراتيجية القطاع. يمكننا أن نرى كيف قامت شركة دوبونت بتطوير إعلانات مختلفة لتنفيذ استراتيجية لبيع الكيفلار لقطاعين مختلفين.