

コトラーのマーケティング・マネジメント体系 「R-STP-MM-I-C」

市場調査 (Research)



市場細分化 (Segmentation)



ターゲティング (Targeting)



ポジショニング (Positioning)



商品
(Product)

流通
(Place)

マーケティング・ミックス
(Marketing Mix)

販促
(Promotion)

価格
(Price)

実行 (Implementation)



統制 (Control)