

競銷優勢 & 市場發展潛力之比較分析

競銷優勢

競銷優勢主要有六種，舉其中之一說明

(六)優勢取勝。批發商在市場競爭中開展競銷活動，就某種意義而言，是批發商優勢的對比與競爭。在這場競爭中誰能發揮自己的優勢，揚長避短，形成自己獨特的經營風格並得到消費者與批購者的認可，誰就能在競銷中取勝。目前，批發商在競銷中採取優勢取勝策略，運用的主要優勢有：

- (1)商品和品種優勢；
- (2)地域和設備優勢；
- (3)銷售渠道和銷售網點優勢；
- (4)資金與購買力優勢；
- (5)人才優勢；
- (6)信息優勢，等等。

每個批發商都具有一定的優勢，批發商一定要很好地把握自己的優勢，充分利用，為搞好經營和發展服務。

期末報告的「競銷優勢」取上述第六項作為分析基礎即可

請參閱下列網址

<http://wiki.mbalib.com/zh-tw/%E7%AB%9E%E9%94%80%E7%AD%96%E7%95%A5>

市場發展潛力(簡稱：市場潛力)

是指在某一特定時期和特定條件下，某一市場對某一產品的購買量的最樂觀估計。市場潛力是指在給定的條件下，在一段指定的時間內，能夠合理的取得的最大銷售額。它意味著有產品都得到了充分的分銷、做了大量的廣告和促銷並且吸引了所有可能購買該產品的顧客情況下該產品的可能銷售額。

市場銷售潛力是市場需求潛力的一部分，在市場需求潛力既定的條件下，企業的市場銷售潛力取決於市場占有率的高低，即：

市場銷售潛力=市場需求潛力×市場占有率

請參閱下列網址

<http://wiki.mbalib.com/zh-tw/%E5%B8%82%E5%9C%BA%E6%BD%9C%E5%8A%9B>