



ACCESS

## MARKETING MIX

**PRODUKT** z perspektywy KLIENTA  
(PRODUCT vs CUSTOMER)

**CENA** postrzegana jako KOSZT, który klient jest gotowy ponieść  
(PRICE vs COST)

**LOKALIZACJA** i jej wpływ na WYGODĘ ZAKUPU i korzystania  
(PLACE vs CONVENIENCE)

**PROMOCJA** oparta na dwustronnej KOMUNIKACJI  
(PROMOTION vs COMMUNICATION)

### Przykład:

Spotify oszczędza kłopotów z wyszukiwaniem, kupowaniem i przechowywaniem muzyki, podcastów i nie tylko.

Miesięczna cena wydawała się zbędnym wydatkiem, dopóki nie przyzwyczailiśmy się do posiadania go w wersji darmowej i doceniliśmy jego jakość i wygodę. Chcemy włączyć dodatkowe funkcje.

Nagle "wszyscy go używają" i stał się częścią współczesnego świata.