

ภาคผนวก
แบบสอบถาม

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University

ด้านตั้งราคาสูงทำให้ปริมาณขายต่ำเหมาะสำหรับสินค้าเจาะจงซื้อ

- ตั้งราคาต่ำทำให้ปริมาณการขายมากเหมาะสำหรับสินค้าสะดวกซื้อ ในห้างสรรพสินค้าแบบลูกโซ่หรือรับสิทธิทางการค้า

ด้านการตัดสินใจด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ค้าปลีกใช้การส่งเสริมการตลาดเพื่อกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ด้านภาพลักษณ์ เช่น ห้างสรรพสินค้าใช้การโฆษณาโดยใช้เคตตาล็อกส่งตรงไปยังลูกค้าที่เป็นสมาชิก ใช้โฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ (ในกรณีลดราคาสินค้าระยะสั้น) ร้านขายสินค้าคุณภาพดีจะระมัดระวังในการฝึกอบรมพนักงานขายในการต้อนรับลูกค้า มีการค้นหาความต้องการของลูกค้า แก้ปัญหาและให้คำแนะนำแก่ลูกค้า ร้านค้าปลีกขายของถูกใช้พนักงานขายโดยฝึกอบรมน้อยกว่า แต่เน้นการส่งเสริมการขายแทน

นอกจากนั้นในการพิจารณาเกี่ยวกับลูกค้าเป้าหมายควรจะดูจากปัจจัยต่างๆที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ ไฮเปอร์มาร์เก็ต ที่แตกต่างกันตาม เพศ อายุ รายได้ การศึกษาและอาชีพ เพื่อนำมาวางแผนการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่ม