

1. masovni (nediferencirani) marketing. Potrošači nisu podeljeni, homogeno tržište. Marketing miks je identičan za čitavo tržište. Masovni mediji (coca-cola) preduzeće se ponaša kao da nema razlike.

2. Strategija koncentrisanog marketinga. Preduzeće se opredeljuje za jedan segment i pravi poseban marketing miks (pr. za decu – bebi oprema). Posebna promocija, posebna kombinacija – specijalni časopisi za decu, predstave, igraonice. Nisu potrebni masovni mediji – veliki troškovi.

3. Strategija višestruke segmentacije (diferencirani). Preduzeće usmerava prodaju ka nekoliko različitih tržišnih segmenata – različiti proizvodi, različita promocija, različita kombinacija elemenata (nike – woman, man, kids obuća, kozmetika, konfekcija). Tako rade da bi više prodali – približuju kupcima.

4. Kombinovani (mešani) marketing. Kombinacija predhodnih vrsta. Na jednom delu masovni, a na drugom razvijenijem delu diferencirani ili koncentrisani.