
Phân khúc theo sản phẩm		Colgate-Palmolive Procter&Gamble	Colgate-Palmolive Procter&Gamble	Colgate-Palmolive Procter&Gamble
	Thuốc đánh răng có fluoride	Colgate-Palmolive Procter&Gamble	Colgate-Palmolive, P&G, Lever Bros	Colgate-Palmolive Procter&Gamble
	Thuốc đánh răng dạng thạch	Colgate-Palmolive P&G, Lever Bros	Beecham	Colgate-Palmolive, P&G, Lever Bros
	Thuốc đánh răng tẩy mạnh	Beecham	Topol	Topol
	Thuốc đánh răng cho người hút thuốc lá			
		Trẻ em/thiếu niên	19-35 tuổi	36 tuổi trở lên

	TEXAS INSTRUMENTS	HEWLETT-PACKARD
<i>Chiến lược kinh doanh</i>	Ưu thế cạnh tranh trên các thị trường tiêu chuẩn lớn trên cơ sở chi phí thấp lâu dài	Ưu thế cạnh tranh trên thị trường nhỏ được chọn trên cơ sở sản phẩm độc đáo, giá trị cao
<i>Marketing</i>	Khối lượng lớn/ giá hạ tăng trưởng nhanh	Giá trị cao/ giá cao tăng trưởng có kiểm soát
<i>Nghiên cứu và phát triển</i>	Thiết kế theo chi phí	Thiết kế tính năng và chất lượng theo công dụng
<i>Tài chính</i>	Tận dụng, năng động	Thận trọng, không nợ
<i>Nguồn nhân lực</i>	Thi đua Khen thưởng cá nhân	Khen thưởng toàn công ty để hợp tác

[illegible]

Lấy đối
thủ
cạnh
tranh
làm
trung
tâm

Không

Có

Lấy khách hàng làm trung tâm

Định hướng theo sản phẩm	Định hướng theo khách hàng
Định hướng theo đối thủ cạnh tranh	Định hướng theo thị trường

Không

Có

