【プル戦略とプッシュ戦略に適する一般的な条件】

	プル戦略に適した条件	プッシュ戦略に適した条件
ターゲット	広範囲	限定的
販売促進予算	十分な余裕がある	余裕が少ない
製品・サービスの特性	・低単価で購入頻度が高い（標準化の進んだ最寄品） ・差別化の要素が大きい（専門品など） ・季節需要が大きい（急速に市場浸透を図る必要がある）	・高単価で購入頻度が低い、顧客への個別対応が必要、など（生産財など） ・差別化の要素が小さい、デモ販売の必要性がある、など（買回品など） ・通年で平均的な需要がある
販売チャネル	おもに開放型	おもに選択型