



Marketing Plan

Δήμητρα Μπαλτούνα



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο

Επιχειρησιακό Πρόγραμμα
Ανάπτυξη Ανθρώπινου Δυναμικού,
Εκπαίδευση και Διά Βίου Μάθηση

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης





Η Πράξη με τίτλο «Αναβάθμιση της ποιότητας του Πανεπιστημίου Πελοποννήσου για την αποτελεσματικότερη και αποδοτικότερη λειτουργία του - Υποστήριξη της ΜΟ.ΔΙ.Π» με κωδικό ΟΠΣ (MIS) 5124141 υλοποιείται στο πλαίσιο του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Ανάπτυξη Ανθρώπινου Δυναμικού, Εκπαίδευση και Διά Βίου Μάθηση» του ΕΣΠΑ 2014-2020, και συγχρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο) και από εθνικούς πόρους.





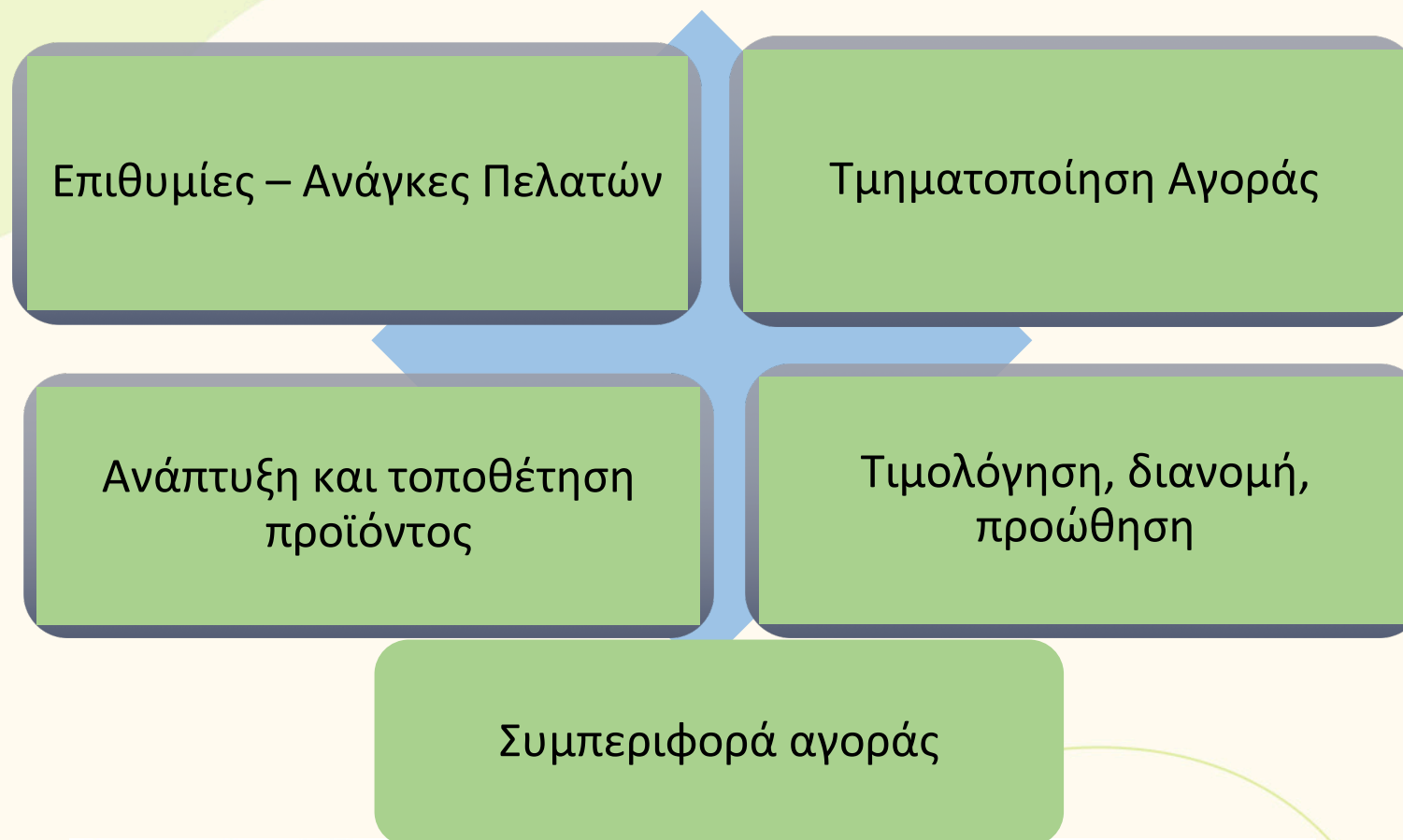
Copyright © Δήμητρα Μπαλτούνα, 2023. Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος.
All rights reserved.

Απαγορεύεται η αντιγραφή, η αποθήκευση και η διανομή της παρούσης παρουσίασης, εξ ολοκλήρου ή τμήματος αυτής για εμπορικό σκοπό. Επιτρέπεται η ανατύπωση, αποθήκευση και διανομή για σκοπό μη κερδοσκοπικό, εκπαιδευτικής ή ερευνητικής φύσεως, υπό την προϋπόθεση να αναφέρεται η πηγή προέλευσης και να διατηρείται το παρόν μήνυμα. Ερωτήματα που αφορούν τη χρήση της παρουσίασης για κερδοσκοπικό σκοπό πρέπει να απευθύνονται προς τον συγγραφέα.





Διαδικασία Marketing





Βασικοί Συντελεστές

- ✓ Προμηθευτές
- ✓ Επιχείρηση
- ✓ Ανταγωνιστές
- ✓ Ενδιάμεσοι
- ✓ Τελικοί χρήστες – Αγορά





Με προσανατολισμό στον πελάτη και την αγορά

Έρευνα Marketing

Κατανόηση της συμπεριφοράς του καταναλωτή,
των στάσεων του και των προτιμήσεων του

Στοχευμένο Marketing

Εξυπηρέτηση των πελατών

Έμφαση στην ικανοποίηση του πελάτη





Βασικές έννοιες

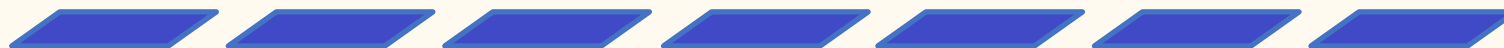
- Ποιότητα
- Αξία
- Ικανοποίηση
- Προσήλωση του καταναλωτή (Loyalty)



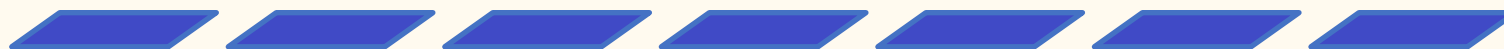


Εμπόδια

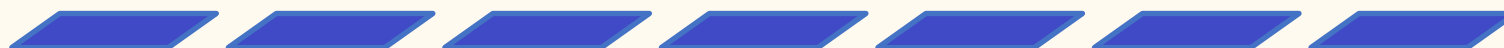
Η οργανωτική δομή μιας επιχείρησης



Η κυριαρχία βραχυπρόθεσμων οικονομικών αποτελεσμάτων ως στόχου



Η δυσκολία κατανόησης και γνώσης των πελατών





Δημιουργία αξίας και ανάπτυξης σχέσεων με τους καταναλωτές (Kotler 2011)

Κατανόηση της αγοράς και των αναγκών των
επιθυμιών του καταναλωτή

Σχεδιασμός στρατηγικής με επίκεντρο τον
καταναλωτή

Δημιουργία ολοκληρωμένου προγράμματος που
παρέχει αξία

Ανάπτυξη επικερδών σχέσεων και ενθουσιασμός
του πελάτη

Κέρδη μέσα από την αξία που δημιουργείται για
τους καταναλωτές





Ερωτήματα

Πελάτες: Ποιοι,
πόσοι & γιατί,
δυνητικοί

Νέο προϊόν στην
αγορά

Ικανοποίηση
πελατών

Διαφήμιση

Αποτελεσματικότητα
τιμής κανάλια
διανομής

Κανάλια διανομής

Μείγμα προώθησης
πωλήσεων

Προϋπολογισμός
ΜΚΤ & κατανομή





Έρευνα - Στόχοι

Διερεύνηση (συνθήκες αγοράς, συμπεριφορά & χαρακτηριστικά πελατών, τακτικών marketing)

Δοκιμή -
Αποτελεσματικότητα

Πρόβλεψη

Περιγραφή (ποσοτικός προσδιορισμός χαρακτηριστικών της αγοράς)

Αιτιότητα

Βελτιστοποίηση





Διαδικασία έρευνας

Καθορισμός προβλήματος ερευνητικών στόχων

Ανάπτυξη ερευνητικού πλάνου

- i. Επιλογή μεθόδου συλλογής στοιχείων, σχεδιασμός ερωτηματολογίου
- ii. Σχεδιασμός δειγματοληψίας – δειγματοληπτική μέθοδος

Διεξαγωγή

- i. Συλλογή
- ii. Επεξεργασία
- iii. Ανάλυση

Ερμηνεία, συμπεράσματα, παρουσίαση





Διαδικασία έρευνας

Πρωτογενή & Δευτερογενή στοιχεία

Εσωτερικές & Εξωτερικές πηγές

Είδη έρευνας:

Ποιοτικές & Ποσοτικές Έρευνες





Προϊόν

1ο ΒΗΜΑ

- ✓ Ποιότητα και χαρακτηριστικά
- ✓ Κύκλος ζωής
- ✓ Design
- ✓ Branding
- ✓ Packaging

2ο ΒΗΜΑ

- ✓ Διείσδυση νέων προϊόντων
- ✓ Τιμολόγηση
- ✓ Διανομή





Τιμολόγηση

ΣΤΟΧΟΙ

- ✓ Επιβίωση προϊόντος
- ✓ Μεγιστοποίηση κέρδους
- ✓ Επίτευξη ποσοστού αποδοτικότητας
- ✓ Επίτευξη καθορισμένου μεριδίου αγοράς
- ✓ Αύξηση ταμειακών εισροών
- ✓ Υπογράμμιση ποιοτικής ανωτερότητας
- ✓ Αντιμετώπιση ενεργειών ανταγωνισμού
- ✓ Σταθερότητα τιμών με ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα

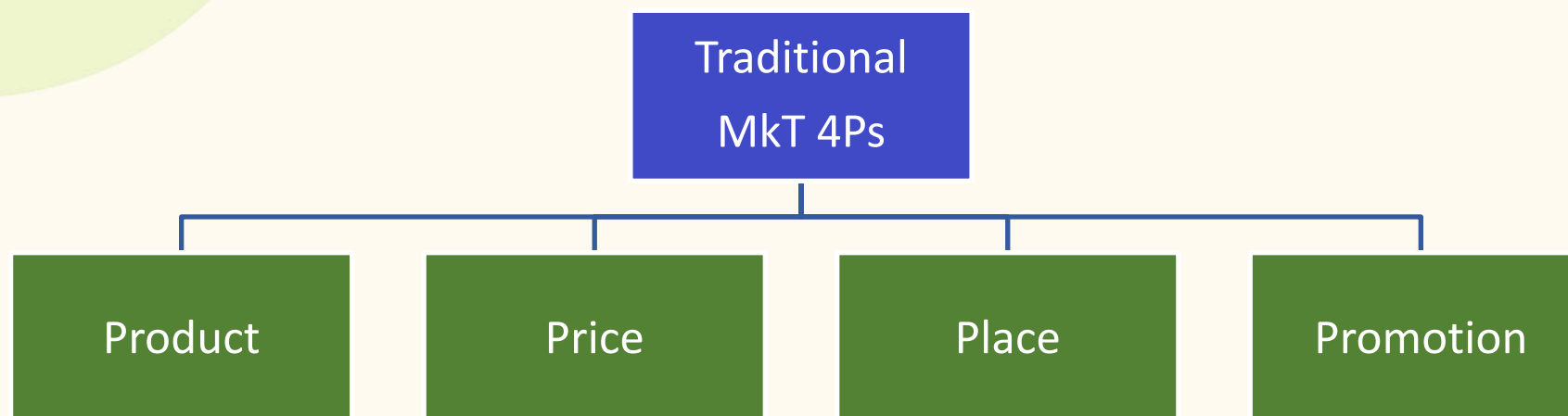
ΜΕΘΟΔΟΙ

- ✓ Βάσει κόστους
- ✓ Βάσει ανταγωνισμού
- ✓ Βάσει ζήτησης



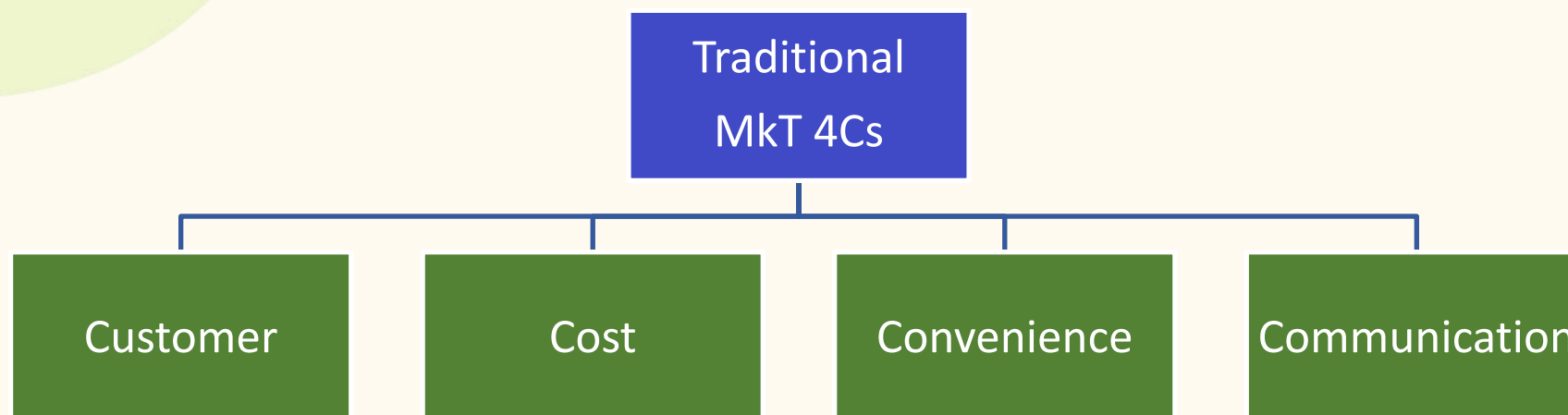


Marketing Mix



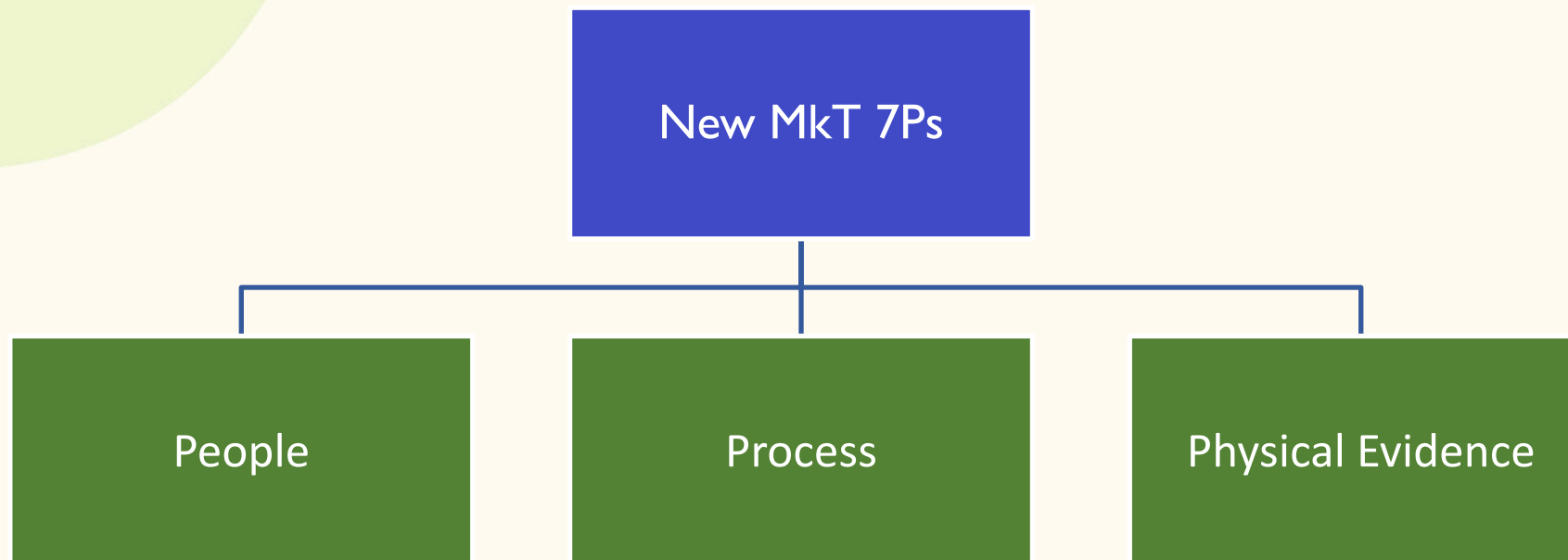


Marketing Mix





Marketing Mix





Στρατηγικές

- Διαφήμιση
- Προσωπική πώληση
- Δημόσιες Σχέσεις
- Προώθηση Πωλήσεων (κάθε ενέργεια προβολής εκτός από τα προαναφερθέντα)
- Άμεσο Marketing (σε στοχευμένο κοινό)





Στρατηγικές

- Ανάλογα με την ένταση χρήσης των ΜΜΕ
 - i. Above the line
 - ii. Below the line

- Ώθησης & Έλξης

- Ολοκληρωμένη Επικοινωνία Marketing





Market Analysis

- ✓ Market Size calculation & external analysis
- ✓ Measure the market
- ✓ Choose segment & Segment analysis
- ✓ Competition analysis





Σας ευχαριστώ για την παρουσία σας
και την προσοχή σας!



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο

Επιχειρησιακό Πρόγραμμα
Ανάπτυξη Ανθρώπινου Δυναμικού,
Εκπαίδευση και Διά Βίου Μάθηση

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

