



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ  
ΠΑΤΡΩΝ  
UNIVERSITY OF PATRAS

ΑΝΟΙΚΤΑ ακαδημαϊκά  
μαθήματα ΠΠ

# Αρχές Μάρκετινγκ Αγροτικών Προϊόντων και Τροφίμων

Ενότητα 2: Αξία για τους Πελάτες

Θεοδωρίδης Προκόπης

Σχολή Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων

Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων Αγροτικών  
Προϊόντων & Τροφίμων (Δ.Ε.Α.Π.Τ.)

# Σκοποί 2<sup>ης</sup> Ενότητας

- Κατανόηση της αξίας για τον πελάτη.
- Απόκτηση γνώσεων σχετικά με την ικανοποίηση και τη διατήρηση της ικανοποίησης του πελάτη.
- Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ διαχρονικών σχέσεων.



# Περιεχόμενα 2<sup>ης</sup> Ενότητας

- Ορισμός της Αξίας για τους Πελάτες
- Προϋποθέσεις Αξίας για τους Πελάτες
- Ορισμός της Ικανοποίησης για τους Πελάτες
- Διατήρηση της Ικανοποίησης των Πελατών
- Το Μάρκετινγκ των Διαχρονικών Σχέσεων
- Ενίσχυση Μακροχρόνιων Σχέσεων με τους Πελάτες



# Αξία για τους Πελάτες

Είναι ο δείκτης των οφελών προς τις αναγκαίες θυσίες για να πάρει κανείς τα προσφερόμενα οφέλη.



# Προϋποθέσεις Αξίας για τους Πελάτες

- Προσφορά ικανοποιητικών προϊόντων.
- Παροχή στους πελάτες περισσότερο από ότι περιμένουν.
- Αποφυγή μη ρεαλιστικής τιμολόγησης.
- Παροχή των αναγκαίων δεδομένων στους πελάτες.
- Επιβάλλει μια δέσμευση ολόκληρης της επιχείρησης τροφίμων στην ικανοποίηση του πελάτη καλύτερα από τον ανταγωνιστή.



# Ικανοποίηση του Πελάτη

Είναι το συναίσθημα ότι τα λεφτά του πιάνουν τόπο. Το προϊόν εκπληρώνει και υπερβαίνει τις προσδοκίες των πελατών.



# Διατήρηση της Ικανοποίησης του Πελάτη

- Εκπλήρωση και υπέρβαση των προσδοκιών των πελατών.
- Επικέντρωση στην συνεχή ικανοποίηση των πελατών.
- Παροχή λύσεων στα προβλήματα του πελάτη.



# Το Μάρκετινγκ των Διαχρονικών Σχέσεων (Relationship Marketing)

Είναι η στρατηγική που εμπεριέχει την πραγματοποίηση μιας μακροχρόνιας και αμοιβαίας σχέσης με τους πελάτες, τελικούς και εμπορικούς.





# Η σημασία του Relationship Marketing

Η προσέλκυση ενός νέου πελάτη μπορεί να κοστίζει δέκα φορές περισσότερο από τη συγκράτηση ενός παλιού πελάτη.



# Ενίσχυση Μακροχρόνιων Σχέσεων

- Προσωπικό που προσανατολίζεται από την πελάτη/καταναλωτή.
- Ανάπτυξη αποτελεσματικών προγραμμάτων εκπαίδευσης.
- Παροχή στο προσωπικό της αναγκαίας εξουσίας.
- Ομαδική εργασία.



**Τέλος Ενότητας 2**

# Χρηματοδότηση

- Το παρόν εκπαιδευτικό υλικό έχει αναπτυχθεί στο πλαίσιο του εκπαιδευτικού έργου του διδάσκοντα.
- Το έργο «**Ανοικτά Ακαδημαϊκά Μαθήματα στο Πανεπιστήμιο Πατρών**» έχει χρηματοδοτήσει μόνο την αναδιαμόρφωση του εκπαιδευτικού υλικού.
- Το έργο υλοποιείται στο πλαίσιο του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» και συγχρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο) και από εθνικούς πόρους.



**Σημειώματα**

# Σημείωμα Ιστορικού Εκδόσεων Έργου

Το παρόν έργο αποτελεί την έκδοση 1.0.

Έχουν προηγηθεί οι κάτωθι εκδόσεις:



# Σημείωμα Αναφοράς

Copyright Πανεπιστήμιο Πατρών, Προκόπης Θεοδωρίδης. «Αρχές Μάρκετινγκ Αγροτικών Προϊόντων και Τροφίμων. Αξία για τους Πελάτες». Έκδοση: 1.0. Πάτρα 2015. Διαθέσιμο από τη δικτυακή διεύθυνση:  
<https://eclass.upatras.gr/modules/document/document.php?course=DEAPT141>.



# Σημείωμα Αδειοδότησης

Το παρόν υλικό διατίθεται με τους όρους της άδειας χρήσης Creative Commons Αναφορά, Μη Εμπορική Χρήση Παρόμοια Διανομή 4.0 [1] ή μεταγενέστερη, Διεθνής Έκδοση. Εξαιρούνται τα αυτοτελή έργα τρίτων π.χ. φωτογραφίες, διαγράμματα κ.λ.π., τα οποία εμπεριέχονται σε αυτό και τα οποία αναφέρονται μαζί με τους όρους χρήσης τους στο «Σημείωμα Χρήσης Έργων Τρίτων».



[1] <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

Ως **Μη Εμπορική** ορίζεται η χρήση:

- που δεν περιλαμβάνει άμεσο ή έμμεσο οικονομικό όφελος από την χρήση του έργου, για το διανομέα του έργου και αδειοδόχο
- που δεν περιλαμβάνει οικονομική συναλλαγή ως προϋπόθεση για τη χρήση ή πρόσβαση στο έργο
- που δεν προσπορίζει στο διανομέα του έργου και αδειοδόχο έμμεσο οικονομικό όφελος (π.χ. διαφημίσεις) από την προβολή του έργου σε διαδικτυακό τόπο

Ο δικαιούχος μπορεί να παρέχει στον αδειοδόχο ξεχωριστή άδεια να χρησιμοποιεί το έργο για εμπορική χρήση, εφόσον αυτό του ζητηθεί.

