

Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ- Μάνατζμεντ

1^ο Μάθημα

ΙΔΕΟΛΟΓΙΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

- ◉ «Η κατανάλωση αποτελεί το μοναδικό σκοπό και λόγο ύπαρξης της παραγωγικής διαδικασίας (Adam Smith, 1776)
- ◉ ΤΙ ΚΑΝΟΥΝ ΟΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ
- ◉ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ ΑΝΑΓΚΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ

ΣΥΣΤΑΤΙΚΑ ΙΔΕΟΛΟΓΙΑΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

- ◉ 1. Επίτευξη των επιχειρηματικών στόχων
 - ◉ Κερδοφορία, Αύξηση μεριδίου αγοράς, απόδοση των επενδύσεων.
 - ◉ Σημαντικότερη όλων των επενδύσεων είναι η ικανοποίηση των πελατών
- ◉ 2. Ικανοποίηση των αναγκών
 - ◉ Από την πώληση των προϊόντων στην κάλυψη των αναγκών
 - ◉ Ανάγκη και Επιθυμία
 - ◉ ΑΝΑΓΚΗ: «Μια κατάσταση αισθητής έλλειψης κάποιας βασικής ικανοποίησης» (Kotler, 1991).
 - ◉ ΕΠΙΘΥΜΙΑ: «Πόθοι για συγκεκριμένα μέσα ικανοποίησης αυτών των βαθύτερων αναγκών» (Kotler, 1991).
- ◉ Στο μάρκετινγκ Ανάγκες και Επιθυμίες έχουν την ίδια σημασία.

ΣΥΣΤΑΤΙΚΑ ΙΔΕΟΛΟΓΙΑΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

- 3. Η επιχείρηση ως ολότητα
- «Το μάρκετινγκ είναι τόσο βασικό και ουσιώδες, ώστε δεν πρέπει να θεωρείται ξεχωριστή λειτουργία μέσα στην επιχείρηση» (Drucker, 1974).
- 4. Η ανταγωνιστικότητα
- Δεν αρκεί η κάλυψη των αναγκών των πελατών, αλλά πρέπει να καλύπτουμε αυτές τις ανάγκες καλύτερα από τους ανταγωνιστές.

Άλλες Φιλοσοφίες και προσεγγίσεις Μάρκετινγκ

- ◉ Προσανατολισμός στην παραγωγή
 - ◉ Ανάπτυξη τεχνολογικά προηγμένων προϊόντων.
 - ◉ Παραγωγή του ίδιου προϊόντος πιο αποδοτικά και οικονομικά από τους ανταγωνιστές.
 - ◉ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ: Οι προσανατολισμένες στην παραγωγή επιχειρήσεις πουλάνε ότι μπορούν να παράγουν φθηνότερα ή καλύτερα από τους ανταγωνιστές τους.
- ◉ Προσανατολισμός προς τις πωλήσεις
 - ◉ ο σχεδιασμός και η παραγωγή ενός προϊόντος το οποίο απορρίπτεται από τους καταναλωτές οδηγεί τις επιχειρήσεις στη χρήση επιθετικών μεθόδων πώλησης, διαφήμισης και προώθησης.

ΕΠΙΘΕΤΙΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ ΠΩΛΗΣΗΣ

- ◉ Αφορούν τεχνικές που χρησιμοποιούνται **απευθείας με τον πελάτη**, συνήθως από πωλητές ή εκπροσώπους.
- ◉ **Πίεση για άμεση αγορά** («η προσφορά ισχύει μόνο σήμερα»).
- ◉ **Συχνή και επαναλαμβανόμενη επικοινωνία** (π.χ. τηλεφωνικές κλήσεις, emails).
- ◉ **Δημιουργία αίσθησης έλλειψης ή επείγοντος** (scarcity marketing).
- ◉ **Cross-selling/Upselling** (προώθηση συμπληρωματικών ή ακριβότερων προϊόντων).
- ◉ **Δωρεάν δοκιμές** ή «ειδικές προσφορές» που ωθούν σε μελλοντική αγορά.

ΕΠΙΘΕΤΙΚΕΣ μέθοδοι διαφήμισης

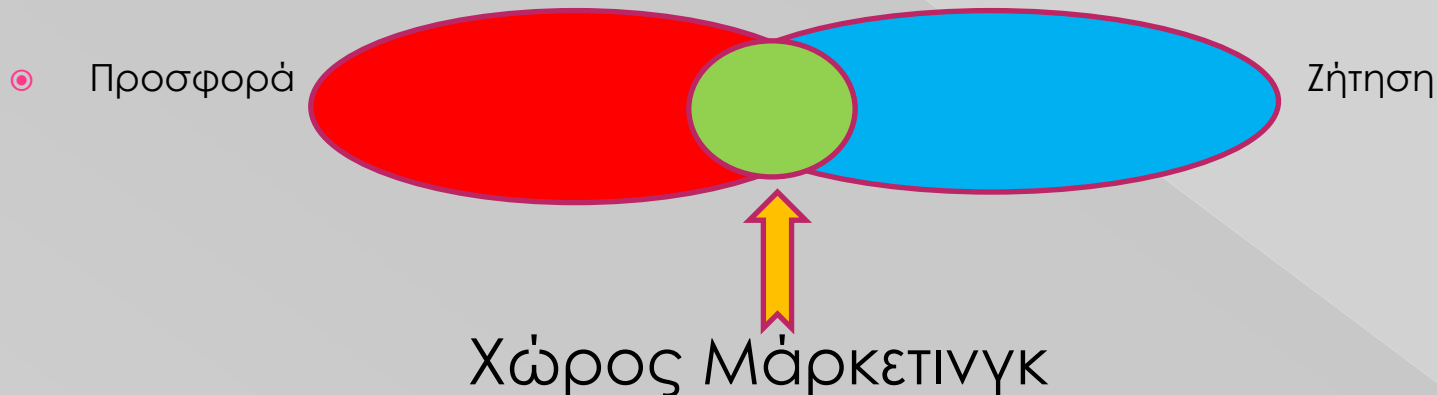
- Αναφέρονται σε **επικοινωνιακές τεχνικές** που στοχεύουν να τραβήξουν έντονα την προσοχή του κοινού, συχνά με **προκλητικά, συναισθηματικά ή εντυπωσιακά μηνύματα**.
- **Συγκριτική διαφήμιση** (όπου η εταιρεία συγκρίνει το προϊόν της με του ανταγωνιστή).
- **Σοκ διαφήμιση** (shock advertising) – χρήση εικόνων ή θεμάτων που προκαλούν έντονη αντίδραση.
- **Διαφημίσεις υψηλής επανάληψης** (σε τηλεόραση, YouTube, social media).
- **Χρήση διασημοτήτων** ή influencers για να ενισχυθεί η αξιοπιστία και η επιρροή.
- **Έντονη συναισθηματική φόρτιση** (φόβος, επιτυχία, αποδοχή, ευτυχία κ.λπ.).

Επιθετικές μέθοδοι προώθησης

- ◉ Αφορούν **πρακτικές βραχυπρόθεσμης ενίσχυσης των πωλήσεων**, συχνά με **δώρα, εκπτώσεις ή διαγωνισμούς** που **κινητοποιούν τον καταναλωτή**.
- ◉ **Μεγάλες εκπτώσεις – flash sales** για **περιορισμένο χρόνο**.
- ◉ **1+1 δώρο**, **κουπόνια**, **loyalty cards**.
- ◉ **Διαγωνισμοί και κληρώσεις** με **ελκυστικά δώρα**.
- ◉ **Πρωθητικές ενέργειες σε σημεία πώλησης** (stands, events, δοκιμές προϊόντων).
- ◉ **Online καμπάνιες με έντονη στόχευση** (remarketing, email blasts, sponsored ads).

ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΣΥΝΑΛΛΑΓΗ

- ◉ Κίνητρα (και από τα δύο μέρη της συναλλαγής)
- ◉ Επικοινωνία (μεταξύ των δύο μερών)
- ◉ Διπλή κατεύθυνση (τα δύο μέρη παίρνουν και δίνουν ταυτόχρονα)
- ◉ Ελευθερία απόφασης (αποκλείεται ο εκβιασμός)



ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΤΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ (MARKETING);

- ◉ ΠΩΛΗΣΕΙΣ;
- ◉ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ;
- ◉ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ;
- ◉ Το **μάρκετινγκ** (Marketing) είναι το σύνολο των ενεργειών και στρατηγικών που εφαρμόζει μια επιχείρηση ή ένας οργανισμός για να **εντοπίσει, προβλέψει και ικανοποιήσει τις ανάγκες και τις επιθυμίες των καταναλωτών**, με σκοπό την **ανταλλαγή αξίας** και την **επίτευξη κέρδους ή άλλου στόχου**.
- ◉ Το Μάρκετινγκ είναι η διαδικασία της αντίληψης, σχεδιασμού, υλοποίησης και ελέγχου της τιμολόγησης, προώθησης και διανομής ιδεών προϊόντων και υπηρεσιών που αποσκοπούν στη δημιουργία ανταλλαγών που ικανοποιούν ατομικούς και επιχειρησιακούς στόχους.

Επιπλέον έννοιες και ορισμοί του Μάρκετινγκ

- ◉ Μάρκετινγκ είναι ο σχεδιασμός και η υλοποίηση όλων των θεμάτων και των δραστηριοτήτων που σχετίζονται με ένα προϊόν, έτσι ώστε να επιτυγχάνεται η ιδανική επιρροή του καταναλωτή, με αποτέλεσμα τη μεγιστοποίηση της κατανάλωσης στα επιθυμητά επίπεδα τιμών και συνεπώς την επίτευξη του μέγιστου μακροχρόνιου κέρδους.
- ◉ Μάρκετινγκ είναι η προσαρμογή όλων των δραστηριοτήτων μιας επιχείρησης στις ανάγκες των σημερινών ή των μελλοντικών πελατών.
- ◉ Το μάρκετινγκ ασχολείται με την ιδέα της ικανοποίησης των αναγκών των καταναλωτών μέσω ενός προϊόντος και μιας ομάδας δραστηριοτήτων που σχετίζονται με τη δημιουργία, τη διανομή και τελικά την κατανάλωσή του.

ΚΑΘΙΕΡΩΜΕΝΟΙ ΟΡΙΣΜΟΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

- ◉ Μάρκετινγκ είναι η διοικητική εκείνη διαδικασία η οποία είναι υπεύθυνη για την αναγνώριση, αντιμετώπιση και ικανοποίηση των απαιτήσεων των καταναλωτών με κέρδος. (Βρετανικό Ινστιτούτο Μάρκετινγκ)
- ◉ Μάρκετινγκ είναι η διαδικασία του προγραμματισμού και της υλοποίησης των λειτουργιών της σύλληψης, τιμολόγησης, προβολής και διανομής ιδεών, αγαθών και υπηρεσιών για τη δημιουργία εμπορικών συναλλαγών οι οποίες ικανοποιούν ατομικούς ή επιχειρηματικούς στόχους. (Αμερικανική Εταιρεία Μάρκετινγκ)