

Το **μίγμα μάρκετινγκ (Marketing Mix)** είναι το σύνολο των **4 βασικών στοιχείων (4P)** που καθορίζουν τη στρατηγική μιας επιχείρησης:

Προϊόν (Product), Τιμή (Price), Διανομή (Place) και Προώθηση (Promotion).

1. Product (Προϊόν)

Αφορά **ό,τι προσφέρει η επιχείρηση** στην αγορά — προϊόν ή υπηρεσία.

Παράδειγμα για την εταιρεία Apple:

- Προϊόν: iPhone
- Χαρακτηριστικά: Μοντέρνος σχεδιασμός, υψηλή ποιότητα, εύχρηστο λογισμικό.
- Branding: Ισχυρή ταυτότητα, έμφαση στο lifestyle και την καινοτομία.
- Εξυπηρέτηση: Εγγύηση, service, Apple Store εμπειρία.

Άλλα παραδείγματα:

- Καφετέρια που προσφέρει βιολογικό καφέ και σνακ.
- Εταιρεία ρούχων που προωθεί οικολογικά υφάσματα.

2. Price (Τιμή)

Αφορά **την αξία που αποδίδει η επιχείρηση στο προϊόν** και πώς αυτή γίνεται αντιληπτή από τον πελάτη.

Παράδειγμα:

- **Apple:** Υψηλή τιμή → τοποθέτηση στην premium κατηγορία.
- **IKEA:** Προσιτές τιμές → στόχος το ευρύ κοινό.
- **Airlines:** Δυναμική τιμολόγηση ανάλογα με τη ζήτηση (low-cost vs. business).

Άλλες στρατηγικές τιμολόγησης:

- Εκπτώσεις ή προσφορές.
- Πολιτική 1+1 δώρο.
- Τιμή εισόδου στην αγορά (penetration pricing).

3. Place (Διανομή)

Αφορά **πώς φτάνει το προϊόν στον καταναλωτή** – το κανάλι πώλησης και η τοποθεσία.

Παράδειγμα:

- **Coca-Cola:** Παγκόσμιο δίκτυο διανομής – σούπερ μάρκετ, περίπτερα, εστιατόρια.
- **Zara:** Συνδυάζει φυσικά καταστήματα και ηλεκτρονικό κατάστημα.
- **Amazon:** Αποκλειστικά online διανομή μέσω e-commerce πλατφόρμας.

Άλλα μέσα διανομής:

- Χονδρική / λιανική.
- Συνεργασίες με άλλες επιχειρήσεις.
- Direct-to-consumer μοντέλο (π.χ. μέσω ιστοσελίδας).

4. Promotion (Προώθηση)

Αφορά τις ενέργειες που ενημερώνουν, πείθουν και υπενθυμίζουν στους καταναλωτές την αξία του προϊόντος.

Παράδειγμα:

- **Coca-Cola:** Διαφημιστικές καμπάνιες με συναισθηματικά μηνύματα (“Taste the Feeling”).
- **Nike:** Χρήση διασημοτήτων (π.χ. αθλητών) στις διαφημίσεις.
- **H&M:** Εκπτώσεις, social media διαγωνισμοί, συνεργασίες με σχεδιαστές.

Μέσα προώθησης:

- Διαφήμιση (τηλεόραση, social media, ραδιόφωνο).
- Δημόσιες σχέσεις και χορηγίες.
- Προσφορές, εκπτώσεις, εκδηλώσεις.
- Προώθηση μέσω influencers.

Παράδειγμα πλήρους μίγματος μάρκετινγκ

Στοιχείο

Παράδειγμα (Starbucks)

Προϊόν Καφές υψηλής ποιότητας, ποικιλία ροφημάτων, άνετο περιβάλλον.

Τιμή Μέτρια έως υψηλή – αντικατοπτρίζει ποιότητα & εμπειρία.

Διανομή Καταστήματα σε κεντρικά σημεία και mobile εφαρμογή για παραγγελίες.

Προώθηση Διαφήμιση στα social media, προγράμματα επιβράβευσης, εποχιακά προϊόντα.

Μίγμα Μάρκετινγκ (4P) – Παραδείγματα από διαφορετικούς κλάδους

Στοιχείο (4P)	Περιγραφή	Τεχνολογία (Apple)	Μόδα (Zara)	Τρόφιμα (Coca-Cola)	Τουρισμός (Aegean Airlines)
Product (Προϊόν)	Τι προσφέρει η επιχείρηση στην αγορά (χαρακτηριστικά, ποιότητα, σχεδιασμός).	iPhone, iPad, MacBook – καινοτομία, design, λειτουργικότητα.	Ρούχα μόδας, νέες συλλογές κάθε 2 εβδομάδες, προσιτή ποιότητα.	Αναψυκτικά με χαρακτηριστική γεύση και brand ταυτότητα.	Αεροπορικές υπηρεσίες, άνεση, ποιότητα εξυπηρέτησης.
Price (Τιμή)	Πολιτική τιμολόγησης ανάλογα με την αγορά και τη θέση του προϊόντος.	Premium τιμές – αντικατοπτρίζουν την αξία του brand.	Προσιτές τιμές, συνδυασμένες με συχνές προσφορές.	Προσιτή τιμή για μαζική κατανάλωση.	Διαφοροποιημένες τιμές (early booking, economy/business).
Place (Διανομή)	Πώς φτάνει το προϊόν στον καταναλωτή (κανάλια πώλησης, τοποθεσία).	Apple Stores, online store, συνεργάτες λιανικής.	Φυσικά καταστήματα σε εμπορικά κέντρα & online shop.	Παντού: super market, περίπτερα, εστιατόρια.	Online κρατήσεις, ταξιδιωτικά πρακτορεία, συνεργασίες με αεροδρόμια.
Promotion (Προώθηση)	Τρόποι ενημέρωσης και πειθούς του κοινού (διαφήμιση, εκπτώσεις, PR).	Διαφημίσεις με lifestyle μηνύματα, λανσάρισμα νέων μοντέλων.	Social media, βιτρίνες, εκπτώσεις, συνεργασίες με influencers.	Τηλεοπτικές & διαδικτυακές καμπάνιες, χορηγίες εκδηλώσεων.	Διαφημίσεις, προγράμματα επιβράβευσης (Miles+Bonus), συνεργασίες.