

Essentials of Marketing

A Marketing Strategy
Planning Approach



Product



Place



Promotion



Price



Target



Marketing
Strategy



Marketing for
a Better World



Perreault

17th Edition

Cannon

McCarthy

Κεφάλαιο 3

Αξιολόγηση
Ευκαιριών Μέσα Στο
Δυναμικό
Περιβάλλον Της
Αγοράς



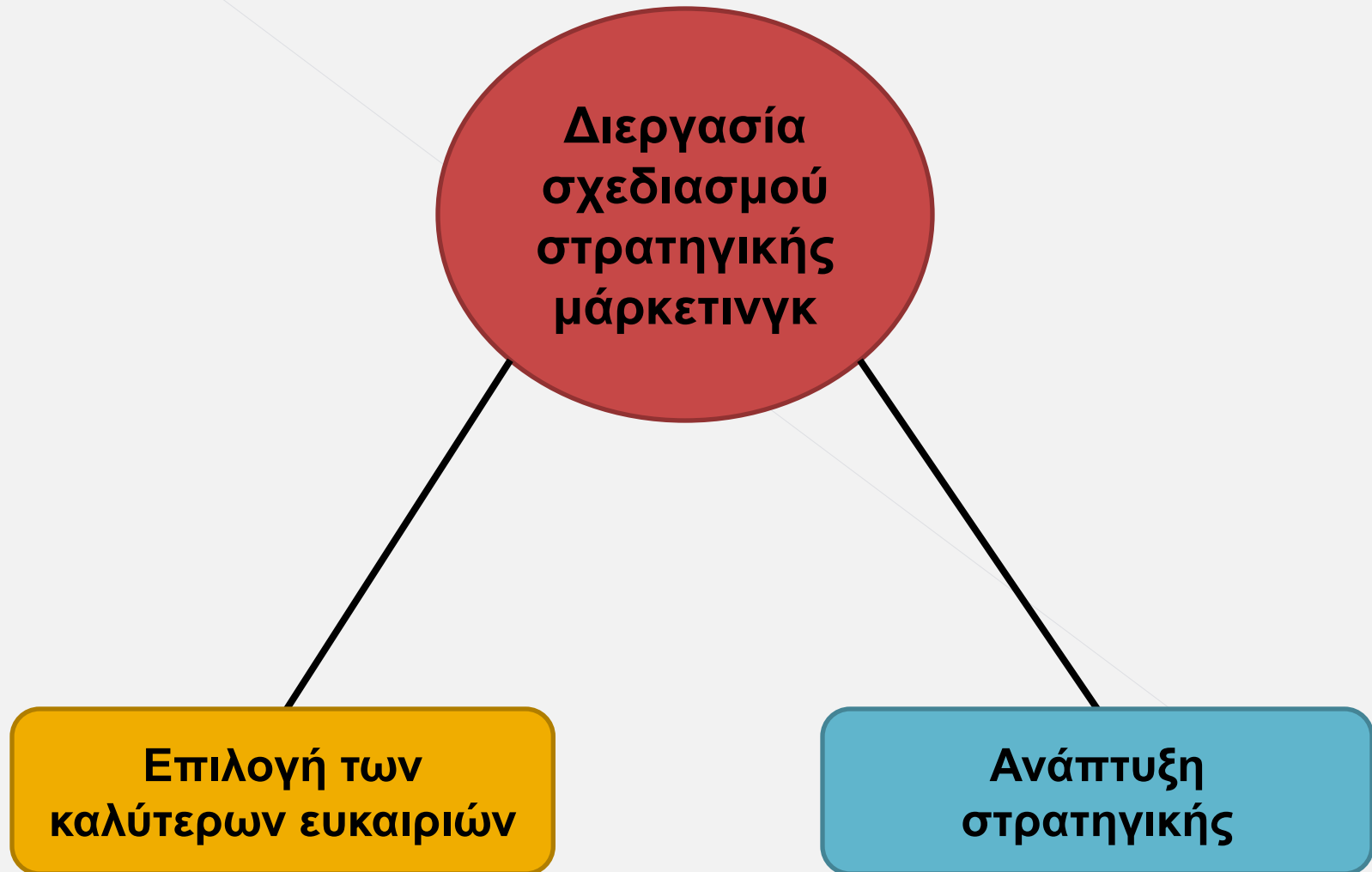
Στο τέλος αυτής της παρουσίασης θα είστε σε θέση να:

1. γνωρίζετε τις μεταβλητές που διαμορφώνουν το περιβάλλον του σχεδιασμού της στρατηγικής μάρκετινγκ,
2. καταλαβαίνετε γιατί οι εταιρικοί στόχοι είναι σημαντικοί για την καθοδήγηση του σχεδιασμού της στρατηγικής μάρκετινγκ,
3. γνωρίζετε πώς επηρεάζουν οι πόροι μιας εταιρίας την αναζήτηση ευκαιριών,
4. γνωρίζετε πώς διενεργείται μια ανάλυση ανταγωνιστών και πώς τα διάφορα είδη ανταγωνιστικών καταστάσεων επηρεάζουν τον σχεδιασμό της στρατηγικής,
5. καταλαβαίνετε πώς το οικονομικό και τεχνολογικό περιβάλλον μπορεί να επηρεάσει τον σχεδιασμό της στρατηγικής,

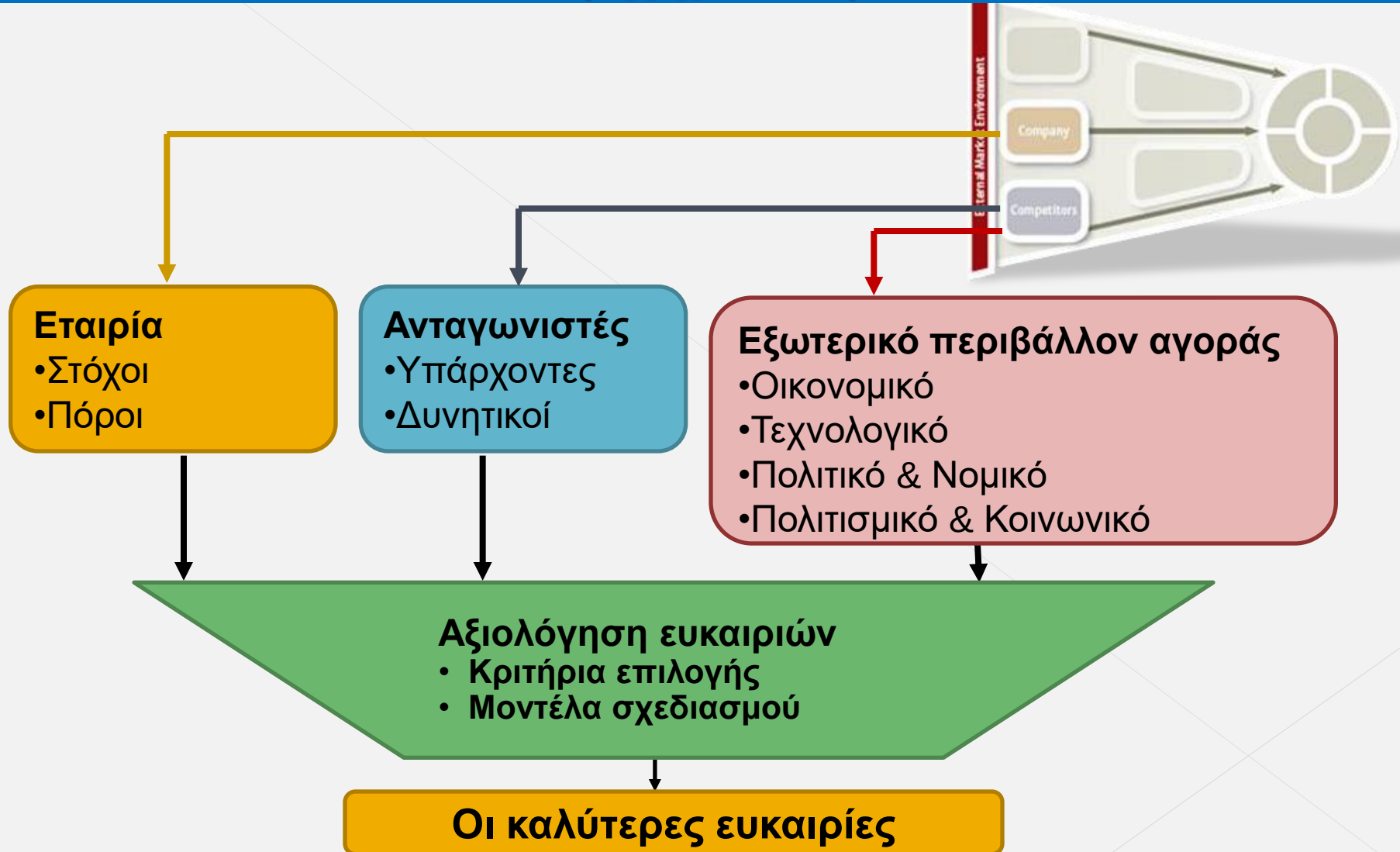
Στο τέλος αυτής της παρουσίασης θα είστε σε θέση να:

6. γνωρίζετε πώς επηρεάζεται ο σχεδιασμός της στρατηγικής μάρκετινγκ από το πολιτικό και το νομικό περιβάλλον,
7. κατανοήσετε το πολιτισμικό και το κοινωνικό περιβάλλον και πώς επηρεάζεται ο σχεδιασμός της στρατηγικής από τις δημογραφικές τάσεις,
8. κατανοήσετε πώς επιλέγονται και αξιολογούνται οι ευκαιρίες της στρατηγικής μάρκετινγκ,
9. εξοικειωθείτε με τους σημαντικούς νέους όρους.

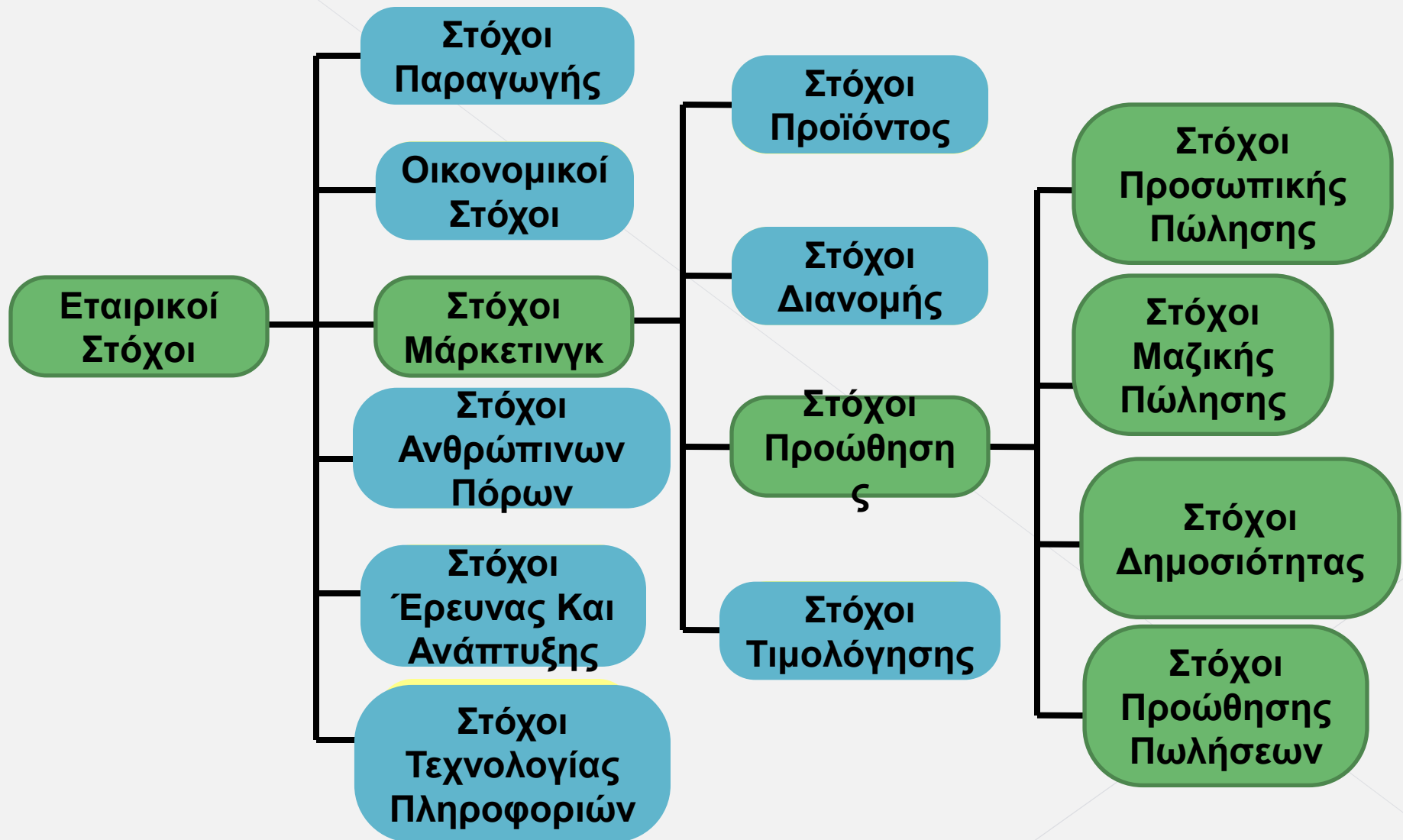
Το Περιβάλλον Του Μάρκετινγκ



Σχεδιασμός Στρατηγικής Μάρκετινγκ: Οι Ανταγωνιστές, Η Εταιρία, & Το Εξωτερικό Περιβάλλον Της Αγοράς (Σχήμα 3-1)



Ιεραρχία Στόχων (Σχήμα 3-2)



Οι Εταιρικοί Πόροι Μπορούν Να Περιορίσουν Την Αναζήτηση Ευκαιριών



Οικονομική δύναμη

**Παραγωγική
ικανότητα και ευελιξία**

**Δυνατά σημεία του
μάρκετινγκ**

Ανάλυση Ανταγωνιστών και Ανταγωνιστικού Περιβάλλοντος

Αποφύγετε τον κατά μέτωπο ανταγωνισμό

Να γνωρίζετε την κατάσταση της αγοράς

Μονοπώλιο

**Μονοπωλιακός
ανταγωνισμός**

Ολιγοπώλιο

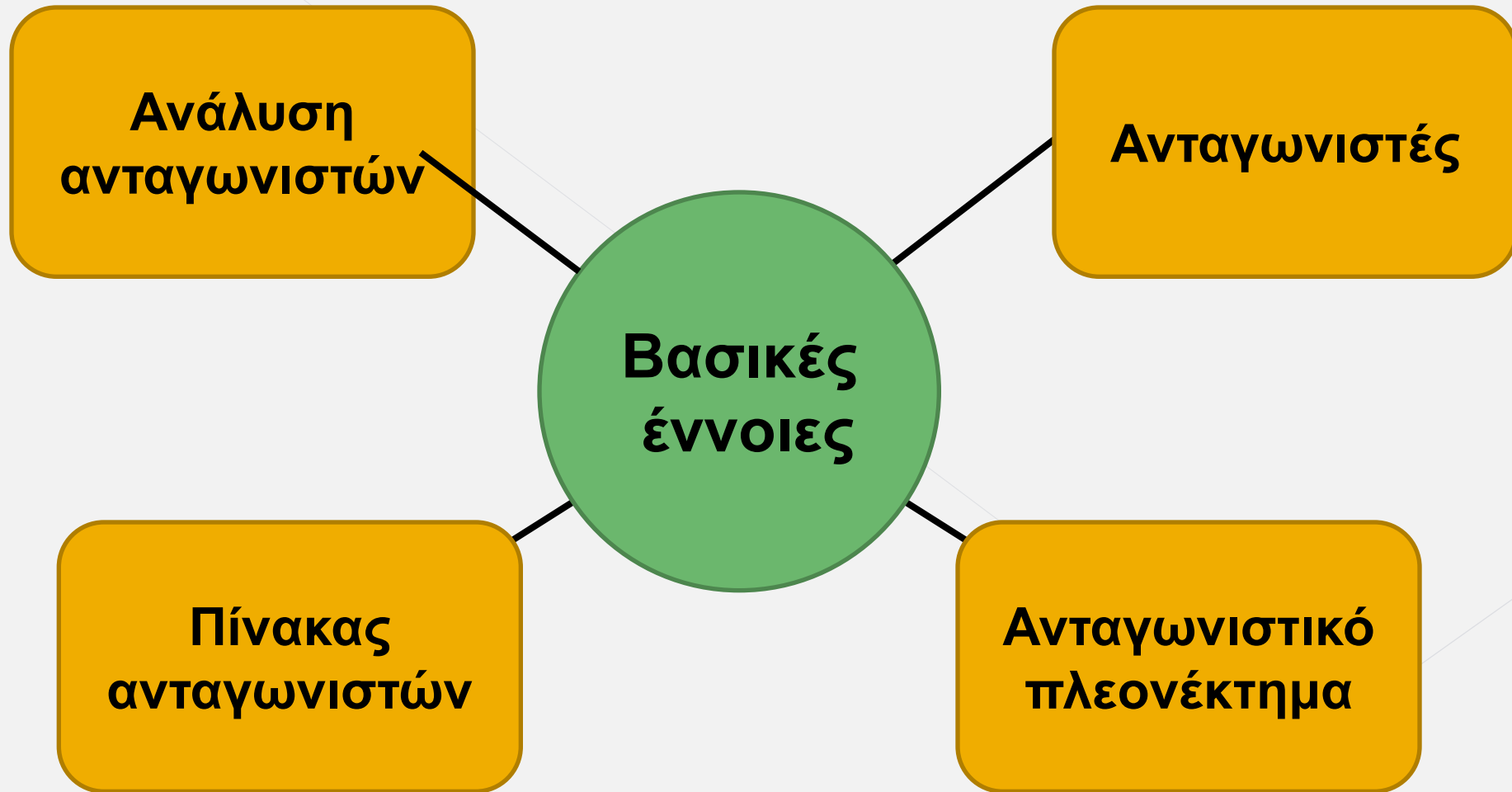
**Καθαρός
ανταγωνισμός**

Ελέγξτε Τις Γνώσεις Σας

Ένα κοσμηματοπωλείο με μέτριες τιμές προσπαθεί να διαφοροποιηθεί από τα υπόλοιπα κοσμηματοπωλεία. Τιμολογεί τα προϊόντα του λίγο χαμηλότερα από τα πολύ ακριβά κοσμηματοπωλεία, όμως προσφέρει καλύτερα προϊόντα και υπηρεσίες από τα φθηνά κοσμηματοπωλεία. Η κατάσταση της αγοράς που αντιμετωπίζει αυτό το κατάστημα είναι:

- A. καθαρός ανταγωνισμός.
- B. μονοπώλιο.
- Γ. ολιγοπώλιο.
- Δ. μονοπωλιακός ανταγωνισμός.
- Ε. ολιγοπωλιακός ανταγωνισμός.

Ανάλυση Ανταγωνιστών Για Τον Εντοπισμό Ανταγωνιστικού Πλεονεκτήματος



Τι μπορεί να παράξει η εταιρεία, σε ποια ποσότητα και με ποιο κόστος;



Οι Διευθυντές Μάρκετινγκ Χρειάζονται Πληροφορίες Για Τους Ανταγωνιστές



**Αναζήτηση πληροφοριών
για τους ανταγωνιστές**

Ηθικά ζητήματα

Ελέγξτε Τις Γνώσεις Σας

Ο Chris θέλει να ανοίξει ένα οικογενειακό εστιατόριο σε μια ακμάζουσα προαστιακή περιοχή. Θεωρεί ότι με μια αθλητική διακόσμηση κι έναν ευρύ κατάλογο γευμάτων θα προσελκύσει μεγάλο αριθμό οικογενειών της περιοχής. Όμως, υπάρχουν αλυσίδες εθνικής εμβέλειας, όπως οι Chili's, TGI Friday's, και Applebee's, οι οποίες έχουν ήδη τη δική τους πελατειακή βάση στην περιοχή. Η ύπαρξη αυτών των αλυσίδων είναι:

- A. ανταγωνιστική ευκαιρία.
- B. μονοπώλιο.
- Γ. ανταγωνιστικός φραγμός.
- Δ. ευκαιρία.
- E. ανταγωνιστικό περιβάλλον.

Το Περιβάλλον του Μάρκετινγκ



Το Οικονομικό Περιβάλλον



Ελέγξτε Τις Γνώσεις Σας

Η αύξηση των επιτοκίων μπορεί να επιβραδύνει τον στεγαστικό κλάδο στις ΗΠΑ, επιβραδύνοντας και τις μεσιτικές εργασίες, τις υποθήκες, και τις εργασίες των κατασκευαστικών εταιριών. Αυτή είναι μια τάση στο:

- A. ανταγωνιστικό περιβάλλον.
- B. τεχνολογικό περιβάλλον.
- Γ. πολιτισμικό περιβάλλον.
- Δ. οικονομικό περιβάλλον.
- E. νομικό περιβάλλον.

***M4BW:* Η μηχανική μάθηση διδάσκει δερματολογία σε έξυπνες μηχανές**

Μηχανική Μάθηση

**Το πρόγραμμα
κάνει
προβλέψεις**

**Λαμβάνει
ανατροφοδότηση
για την ορθότητά
τους**

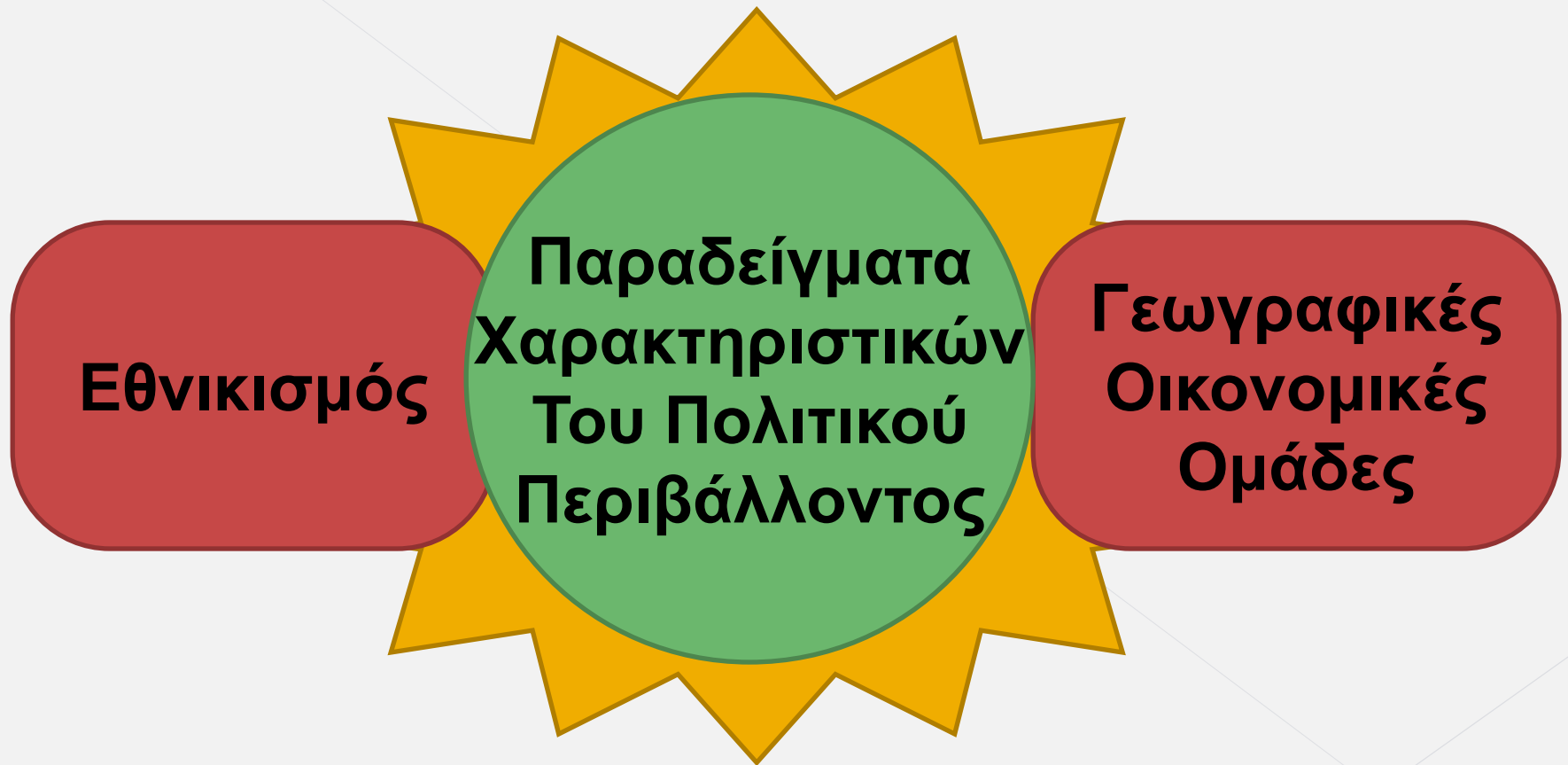
**Ενημερώνει το
πρόγραμμα**

Ελέγξτε Τις Γνώσεις Σας

Η Ford ανακοίνωσε ότι θα ενσωματώσει την τεχνολογία του ασύρματου Bluetooth για να βοηθά τους καταναλωτές να κάνουν πιο εύκολα τηλεφωνικές κλήσεις hands free από το κινητό τους, μέσα στα αυτοκίνητά τους. Η ανάπτυξη του Bluetooth είναι μια σημαντική εξέλιξη στο:

- A. τεχνολογικό περιβάλλον.
- B. νομικό περιβάλλον.
- Γ. εταιρικό περιβάλλον.
- Δ. κοινωνικό περιβάλλον.
- E. προσωπικό περιβάλλον.

Το Πολιτικό Περιβάλλον



Το Πολιτικό Περιβάλλον



© 2000 Adero, Inc.

オワリダ

THAT'S JAPANESE FOR
"YOU'RE TOAST" IF YOUR
WEBSITE CAN'T ACCOMMODATE
OUR LANGUAGE AND CURRENCY.

THINK YOU'RE READY TO DO E-BUSINESS WITH A COMPLETELY DIFFERENT CULTURE? ARE YOU SPEAKING THE RIGHT LANGUAGE? USING THE RIGHT CURRENCY? BEFORE DIVING INTO ANY FOREIGN MARKET, YOU'VE GOT TO MAKE SURE YOUR BUSINESS APPROACH IS APPROPRIATE AND ON TARGET. ADERO CAN HELP. FROM TOKYO TO PARIS, ADERO'S WORLDWIDE NETWORK ROUTES THE RIGHT WEB CONTENT TO THE RIGHT PEOPLE. THAT WAY, YOU WON'T GET BURNED.

adexo
The world wants your business™

WWW.ADERO.COM

Το Νομικό Περιβάλλον – Βασικοί Αντιμονοπωλιακοί Νόμοι

**Νόμος
Sherman
(1890)**

**Νόμος
Magnuson-
Moss (1975)**

**Νόμος Clayton
(1914)**

**Νόμος
Antimerger
(1950)**

**Νόμος
Ομοσπονδιακής
Επιτροπής
Εμπορίου (1914)**

**Τροποποίηση
Wheeler-Lea
(1938)**

**Νόμος
Robinson-
Patman (1936)**

Το Νομικό Περιβάλλον: Οργανισμοί Προστασίας Του Καταναλωτή



**Οργανισμός
Τροφίμων Και
Φαρμάκων**

**Επιτροπή
Ασφάλειας
Καταναλωτικών
Προϊόντων**

Ελέγξτε Τις Γνώσεις Σας

Πολλές πολιτείες έχουν ορίσει επιτροπές που επιβλέπουν τις επιχειρηματικές πρακτικές των δημόσιων οργανισμών και άλλων κλάδων που εξυπηρετούν το δημόσιο συμφέρον. Για μια εταιρεία που λειτουργεί σε έναν τέτοιο κλάδο, η ενασχόληση με τους κανονισμούς μιας τέτοιας πολιτειακής επιτροπής αποτελεί σημαντικό στοιχείο του:

- A. νομικού περιβάλλοντος.
- B. κοινωνικού περιβάλλοντος.
- Γ. μονοπωλιακού περιβάλλοντος.
- Δ. τεχνολογικού περιβάλλοντος.
- E. εταιρικού περιβάλλοντος.

Ελέγξτε Τις Γνώσεις Σας

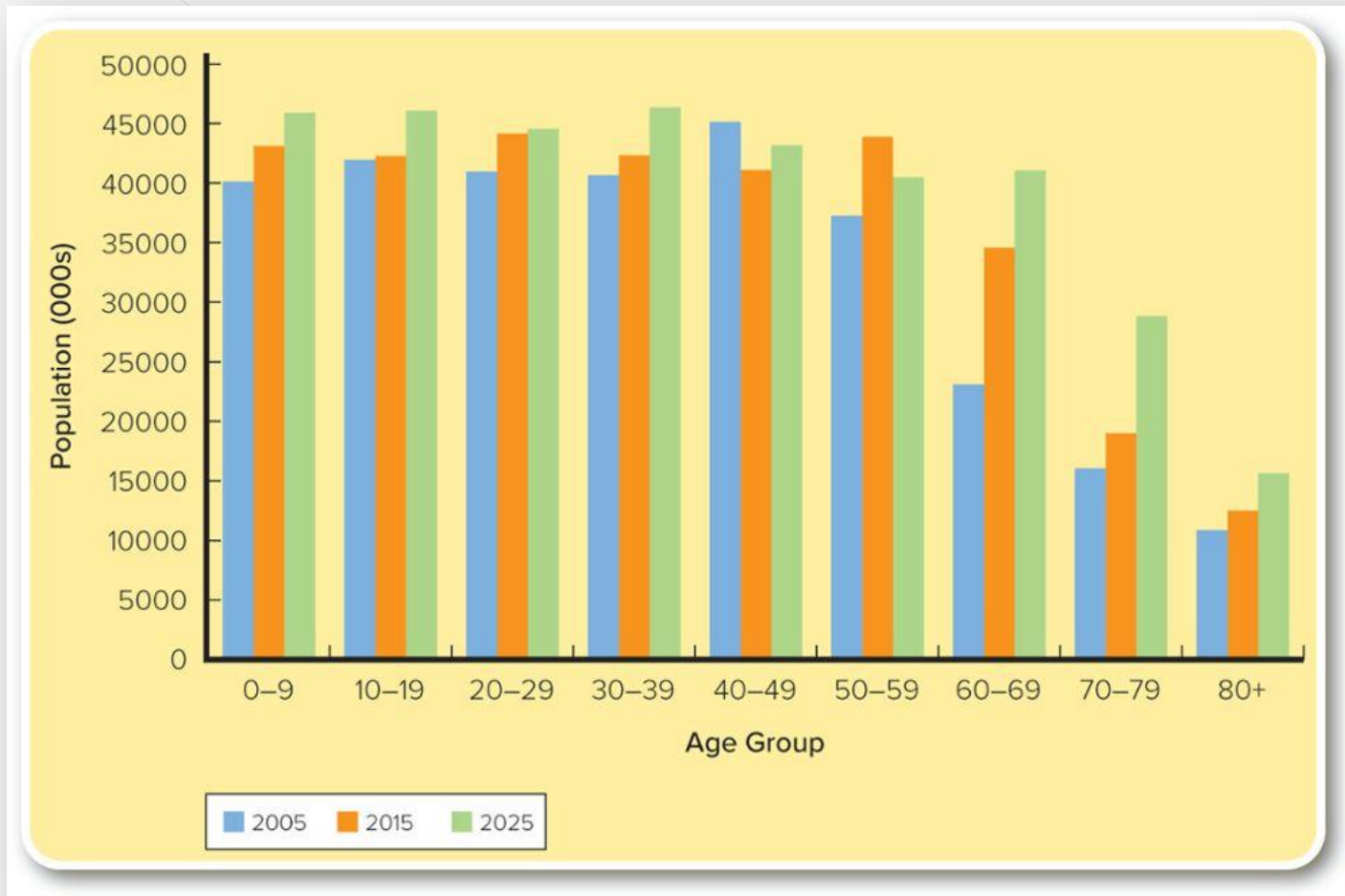
Η Ομοσπονδιακή Επιτροπή Εμπορίου ενημέρωσε την Tropicana ότι θα έπρεπε να σταματήσει να διαφημίζει ότι ο χυμός πορτοκαλιού Tropicana κάνει «καλό στην καρδιά» επειδή μειώνει την πίεση του αίματος. Για την Tropicana, αυτή η κατάσταση αφορούσε το:

- A. οικονομικό περιβάλλον.
- B. κοινωνικό περιβάλλον.
- Γ. ανταγωνιστικό περιβάλλον.
- Δ. εσωτερικό εταιρικό περιβάλλον.
- Ε. νομικό περιβάλλον.

Το Πολιτισμικό Και Κοινωνικό Περιβάλλον



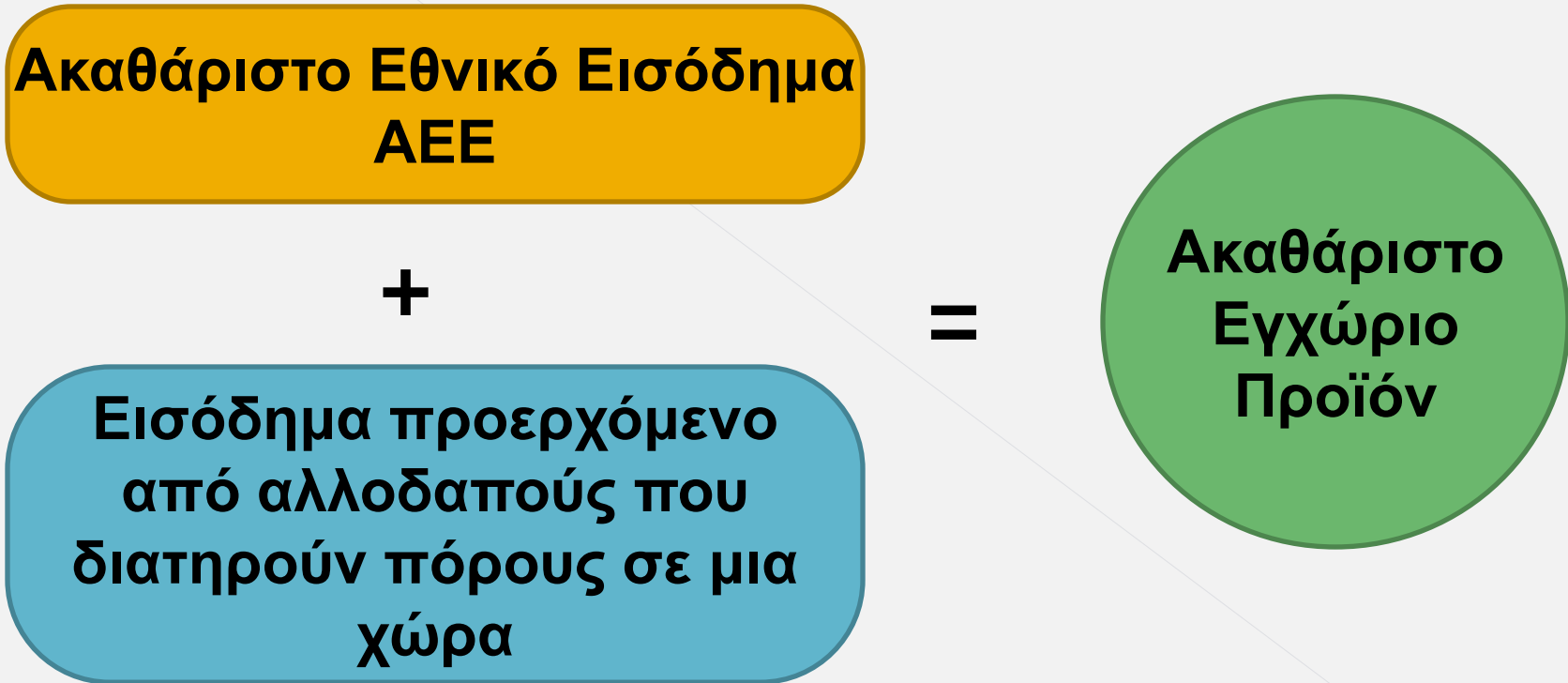
Κατανομή Πληθυσμού Ανά Ηλικιακή Ομάδα τα Έτη 2005, 2015 Και 2025 (Σχήμα 3-5)



Αύξηση Πληθυσμού, Περιοχή και Κινητικότητα

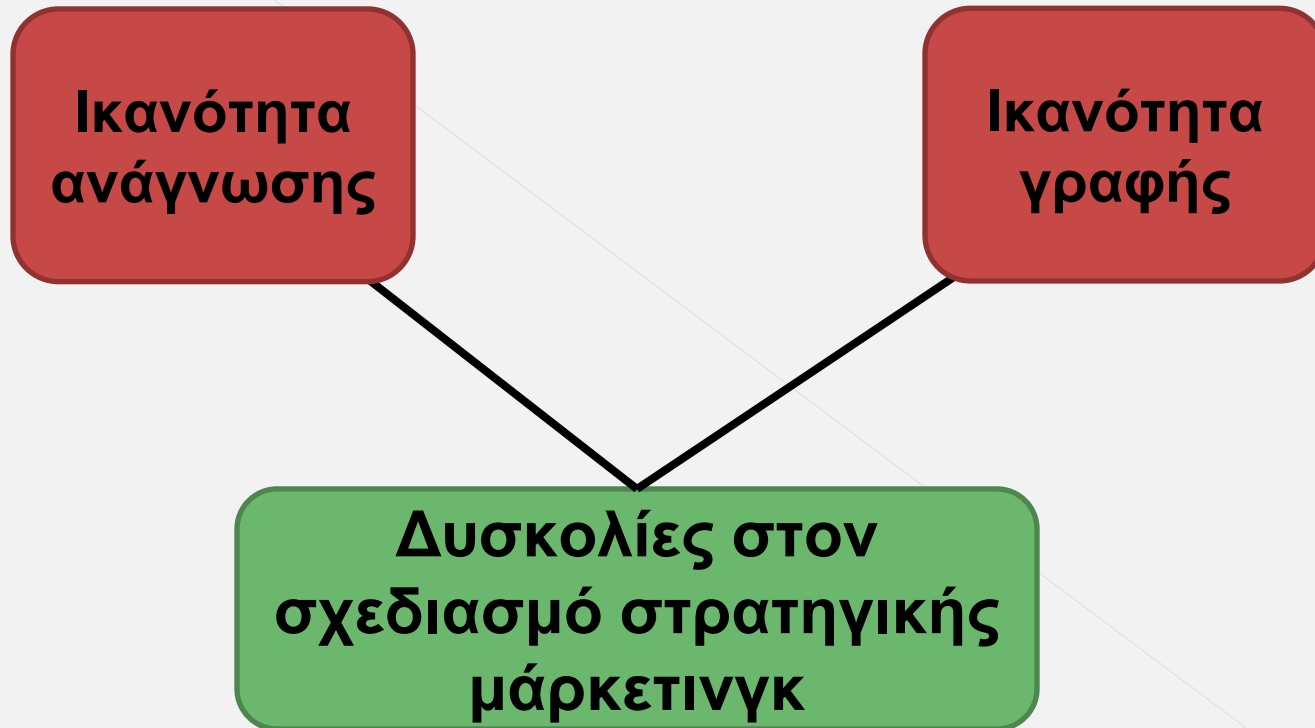


Αγορά χωρίς χρήματα δεν γίνεται...

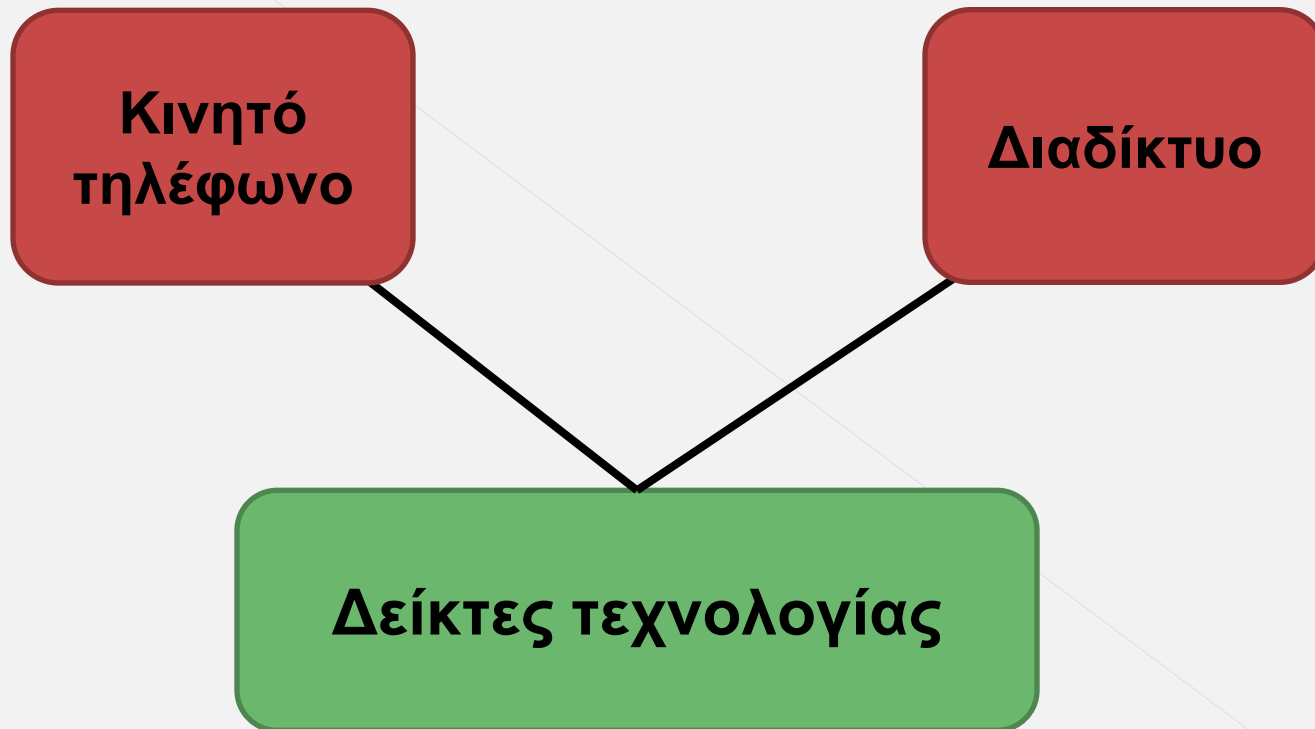


**ΑΕΕ / Μέγεθος Εγχώριου Πληθυσμού =
Κατά Κεφαλήν Εισόδημα**

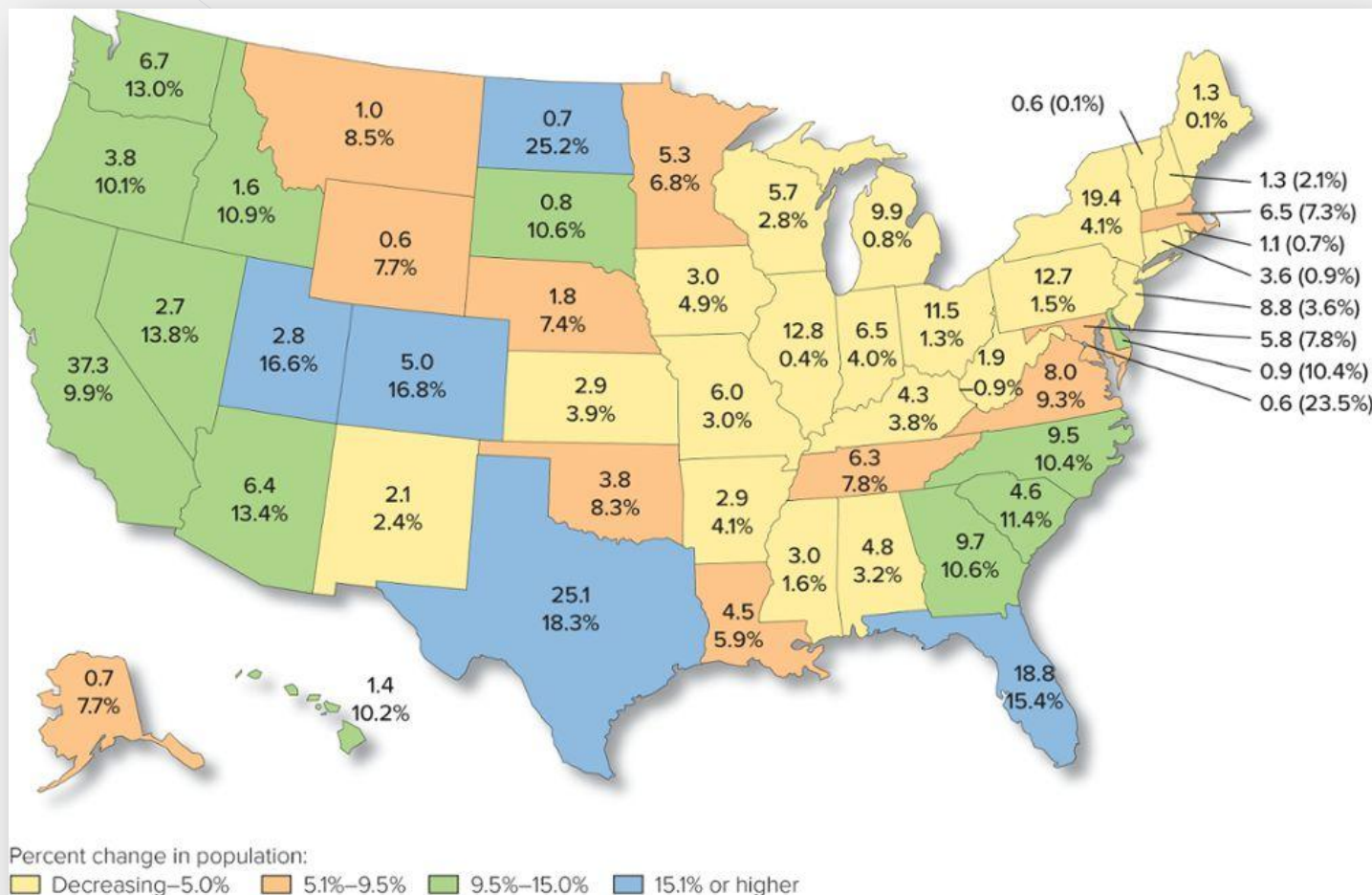
Ανάγνωση, Γραφή και Προβλήματα στο Μάρκετινγκ



Η υιοθέτηση της τεχνολογίας σε αγωνιστική τροχιά μεταξύ των ηπείρων



Πληθυσμός 2010 (σε εκατομμύρια) και Προβλεπόμενη Ποσοστιαία Αλλαγή ανά Χώρα 2010–2020 (Σχήμα 3-4)



Source: Data from Weldon Cooper Center for Public Service, University of Virginia, Demographics & Workforce Group, May 2016 update

Πληθυσμιακές Τάσεις στην Αγορά Καταναλωτών των ΗΠΑ

```
graph LR; A((Βασικές τάσεις)) --- B[Η γήρανση του αμερικανικού πληθυσμού]; A --- C[Γενιά Χ – μείωση αριθμού]; A --- D[Γενιά Ψ – εμπειρίες αντί ιδιοκτησίας]; A --- E[Γενιά Ζ – περίεργη];
```

Βασικές τάσεις

Η γήρανση του
αμερικανικού πληθυσμού

Γενιά Χ – μείωση αριθμού

Γενιά Ψ – εμπειρίες αντί
ιδιοκτησίας

Γενιά Ζ – περίεργη

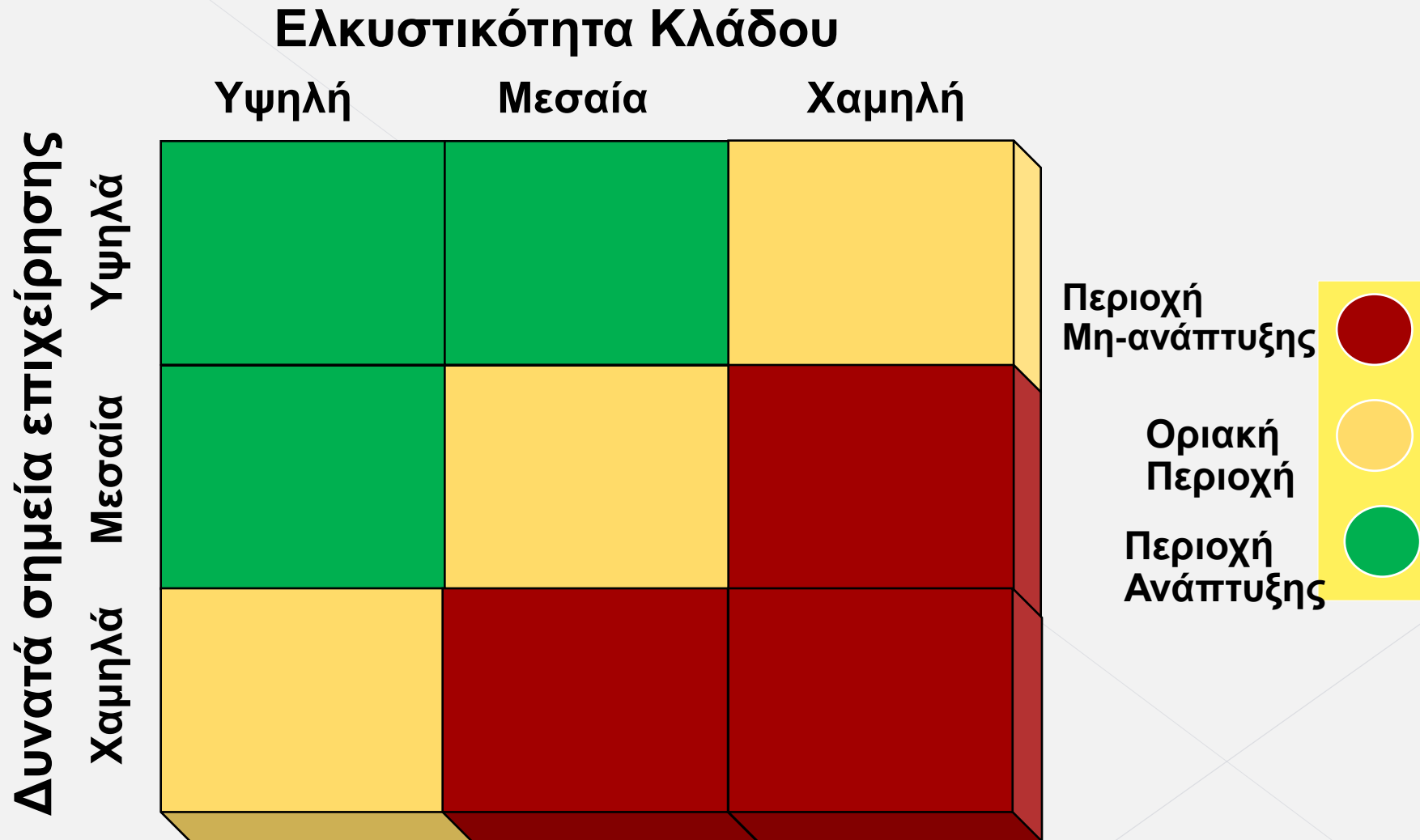
Κριτήρια Επιλογής που Οδηγούν σε Συγκεκριμένες Στρατηγικές

**Κριτήρια επιλογής
προϊόντος-αγοράς**

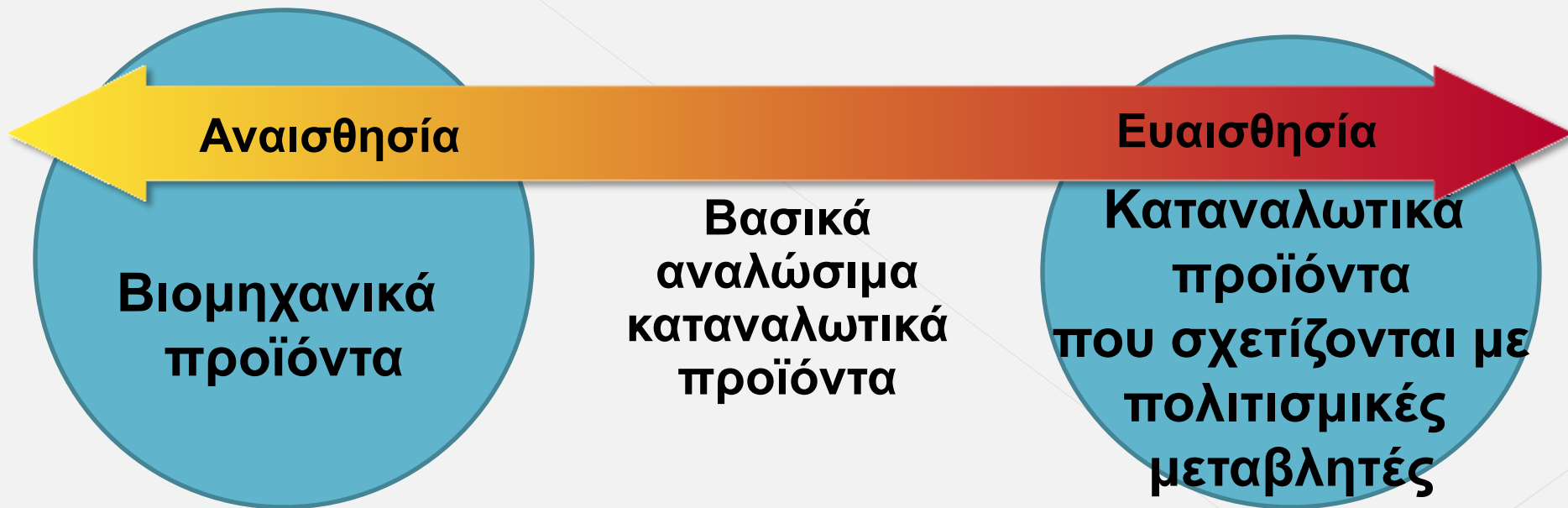
**Ποιοτικά
κριτήρια**

**Ποσοτικά
κριτήρια**

Πίνακας Στρατηγικού Σχεδιασμού της General Electric (Σχήμα 3-6)



Το Συνεχές της Περιβαλλοντικής Ευαισθησίας (Σχήμα 3-7)



Βασικοί όροι

1. Δήλωση αποστολής
2. Ανταγωνιστικό περιβάλλον
3. Βιώσιμο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα
4. Ανάλυση ανταγωνισμού
5. Ανταγωνιστικοί αντίπαλοι
6. Μεριδίο αγοράς
7. Οικονομικό περιβάλλον
8. Τεχνολογία
9. Τεχνητή νοημοσύνη
10. Έξυπνη μηχανή
11. Μηχανική μάθηση
12. Εθνικισμός
13. Ελεύθερο εμπόριο
14. Πολιτισμικό και κοινωνικό περιβάλλον
15. Βιωσιμότητα
16. Ακαθάριστο Εθνικό Προϊόν (ΑΕΠ)
17. Ακαθάριστο Εθνικό Εισόδημα (ΑΕΕ)
18. Πολίτες προχωρημένες ηλικίας
19. Μεταπολεμική γενιά (Baby Boomers)
20. Γενιά X
21. Γενιά Y
22. Γενιά Z