



Οργάνωση και Διοίκηση Πωλήσεων

Ενότητα 1η: Εισαγωγή

Θεοδωρίδης Προκόπης

Σχολή Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων

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



Σκοπός

Σκοπός της δεύτερης διάλεξης είναι οι φοιτητές να κατανοήσουν βασικές έννοιες της επικοινωνίας Μάρκετινγκ και των πωλήσεων



Περιεχόμενα

- Μάρκετινγκ
- Απαιτήσεις για μια προσέγγιση στην αγορά
- Marketing Communications
- Τι είναι Πώληση ;
- Επικοινωνία με τους Πελάτες
- Επικοινωνία
Δυνατά σημεία και Αδυναμίες
- Αλλαγή του Ρόλου της Πώλησης
- Η πώληση είναι...
- Στάδια μιας σχέσης
- Τάσεις



Μάρκετινγκ

Πελάτης-Πολίτης-Καταναλωτής

Περιβάλλον

Περιβάλλον

Επιχείρηση

Ανταγωνισμός

Περιβάλλον

Π. Θεοδωρίδης, 2015

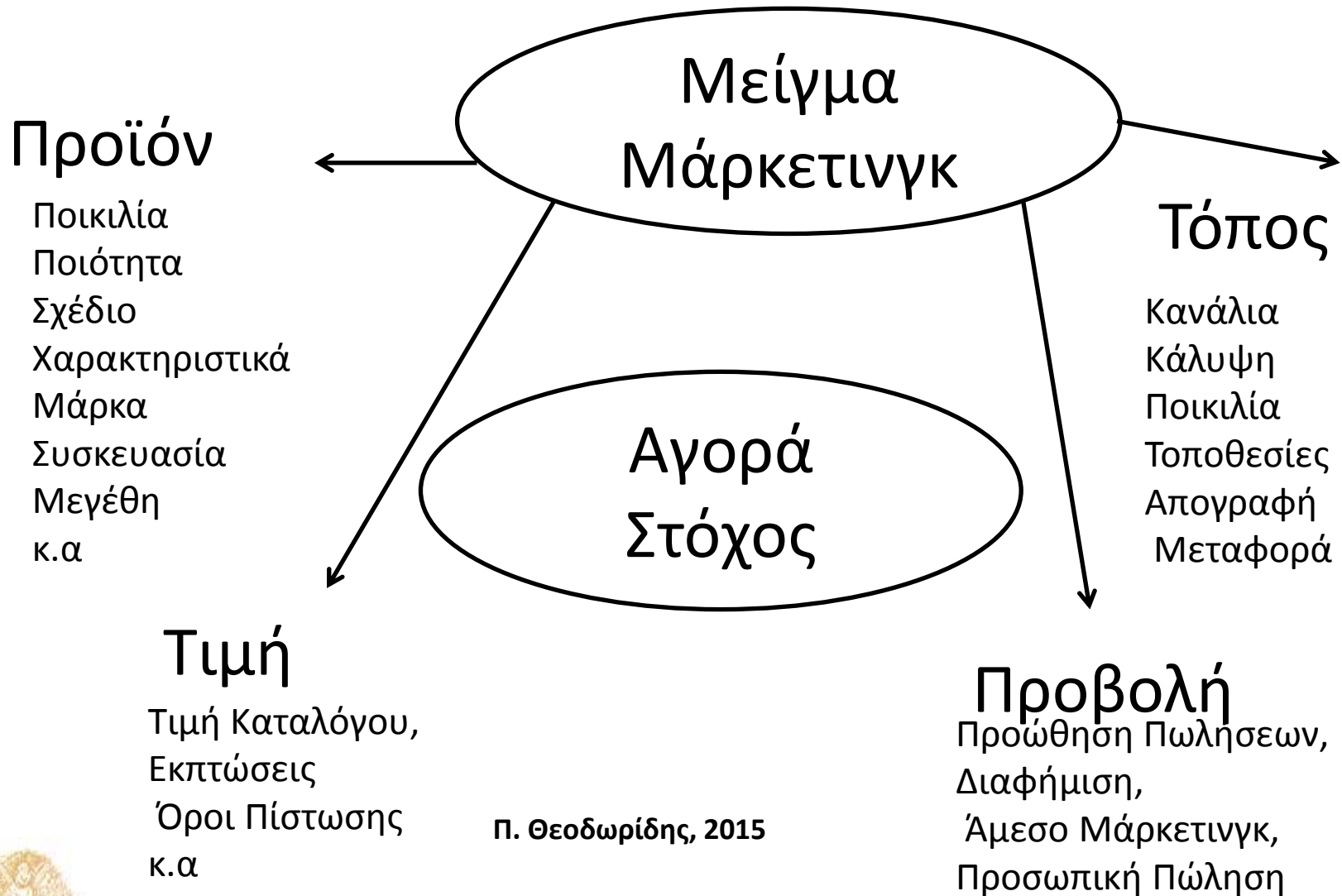


Απαιτήσεις για μια προσέγγιση στην αγορά (Market Orientation)

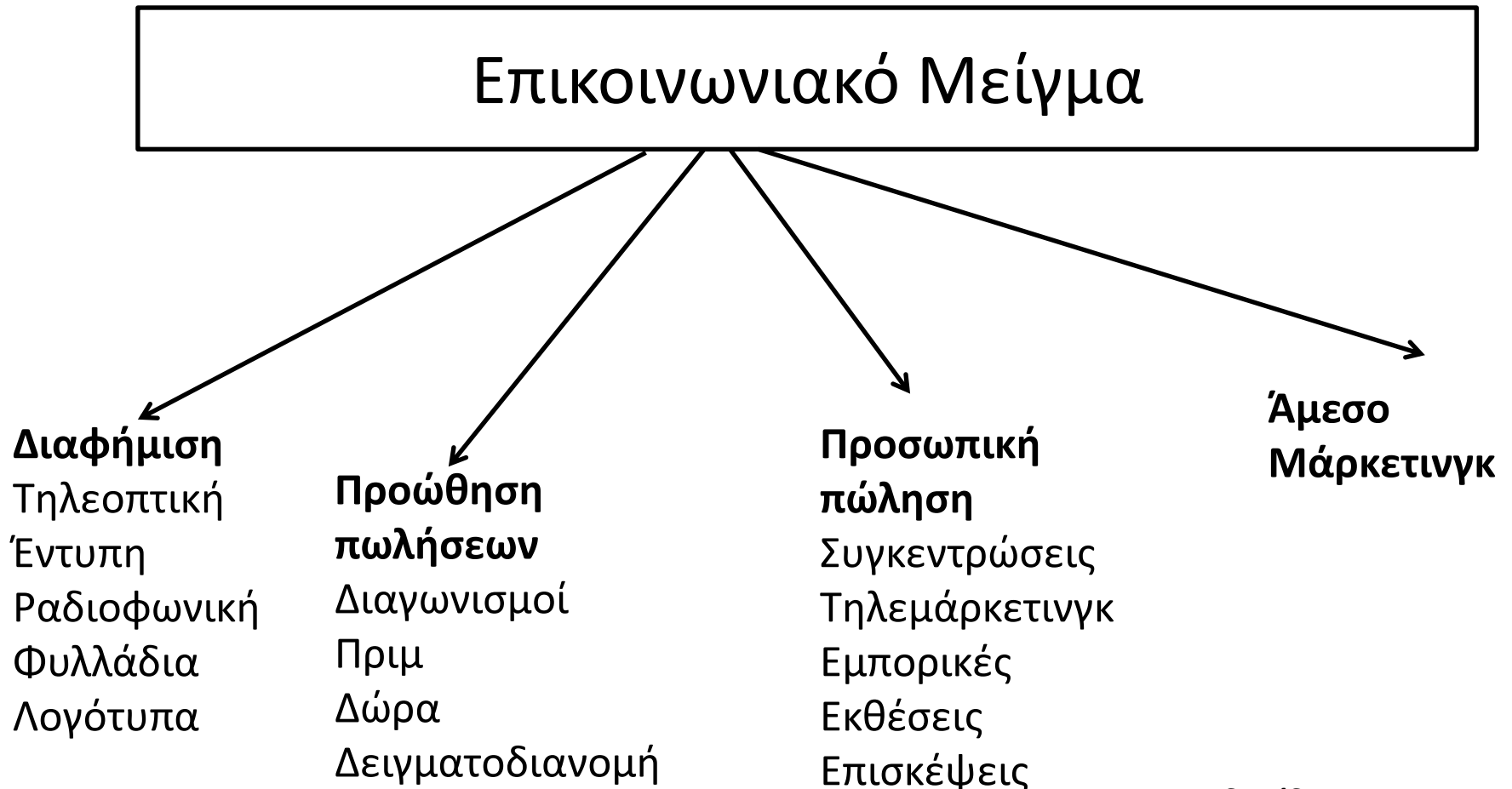
- Ηγεσία της ανώτατης Διοίκησης
- Προσανατολισμός στον πελάτη
- Συνεχής πληροφόρηση για τον ανταγωνισμό
- Συντονισμός των διαφόρων λειτουργιών
- Μακροχρόνιες σχέσεις με τους πελάτες



Μείγμα Μάρκετινγκ



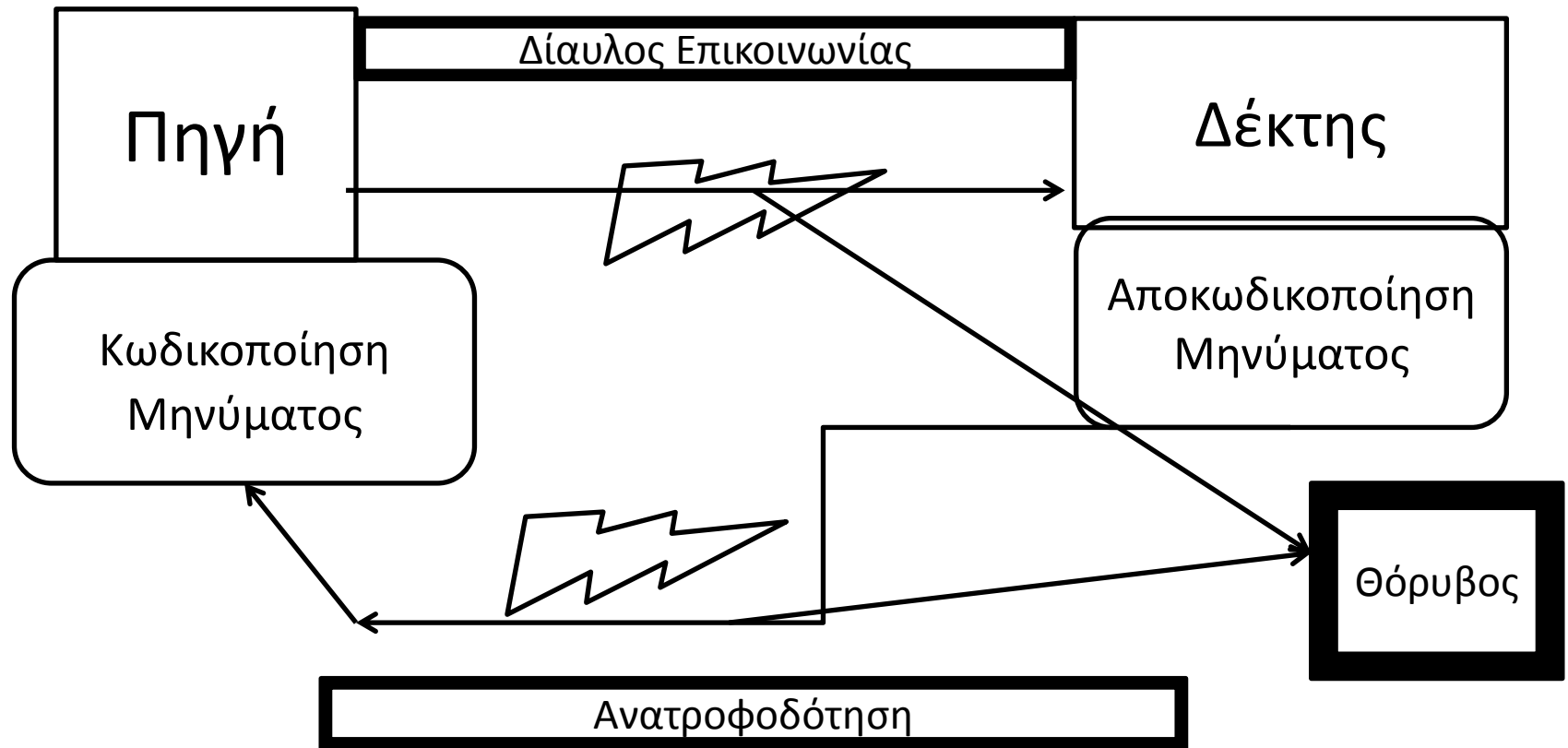
Marketing Communications (1/2)



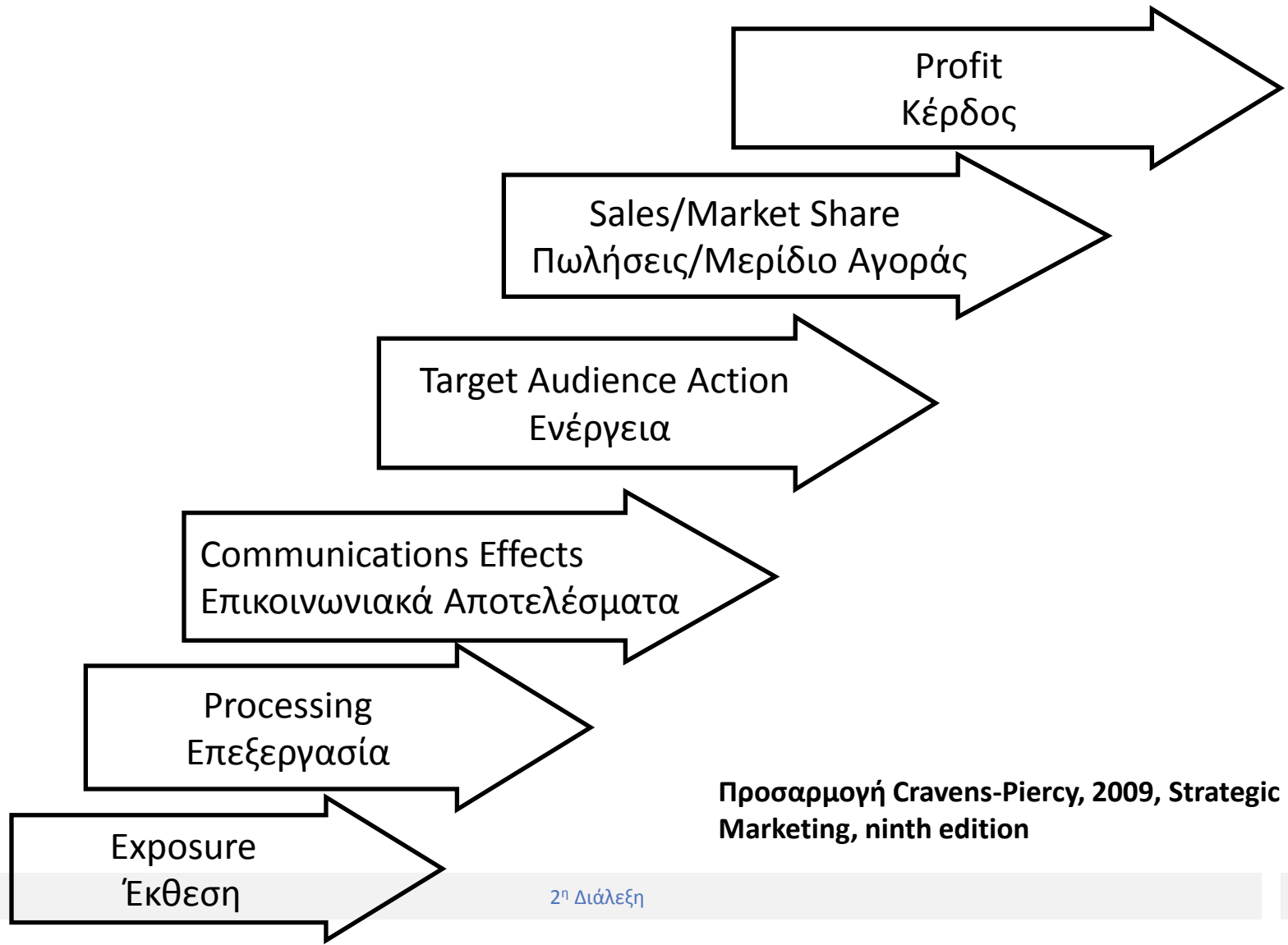
Π. Θεοδωρίδης, 2015



Marketing Communications (2/2)



Επικοινωνιακή Στρατηγική



Προσαρμογή Cravens-Piercy, 2009, Strategic Marketing, ninth edition



Τι είναι Πώληση ;

- Η Προσωπική Πώληση είναι η επιχειρηματική διαδικασία που εμπεριέχει πρόσωπο με πρόσωπο επικοινωνία κατά την οποία ο Πωλητής ανιχνεύει και ικανοποιεί τις ανάγκες του Πελάτη με στόχο το αμοιβαίο μακροχρόνιο όφελος και των δύο
- Η Πώληση είναι κάτι περισσότερο από την παραγγελία....



Επικοινωνία με τους Πελάτες

	Απρόσωπη	Προσωπική
Με πληρωμή	Διαφήμιση – Προώθηση πωλήσεων	Προσωπική πώληση - Internet
Χωρίς πληρωμή	Δημοσιότητα	Word of Mouth



Επικοινωνία

Δυνατά σημεία και Αδυναμίες

	Έλεγχος	Ευελιξία	Αξιοπιστία	Κόστος
Προσωπική πώληση	Μέτριος έως αρκετός	Αρκετή	?	Υψηλό
Internet/web site	Αρκετός	Μέτρια έως αρκετή	Ελάχιστη	Μέτριο έως υψηλό
Μαζικά μέσα/Διαφήμιση	Αρκετός	Ελάχιστη	Ελάχιστη	Μέτριο
Δημοσιότητα	Ελάχιστος	Ελάχιστη	Αρκετή	Χαμηλό έως Μέτριο
Word of mouth	Ελάχιστος	Ελάχιστη	Αρκετή	Χαμηλό

Αλλαγή του Ρόλου της Πώλησης

Παραδοσιακός Πωλητής

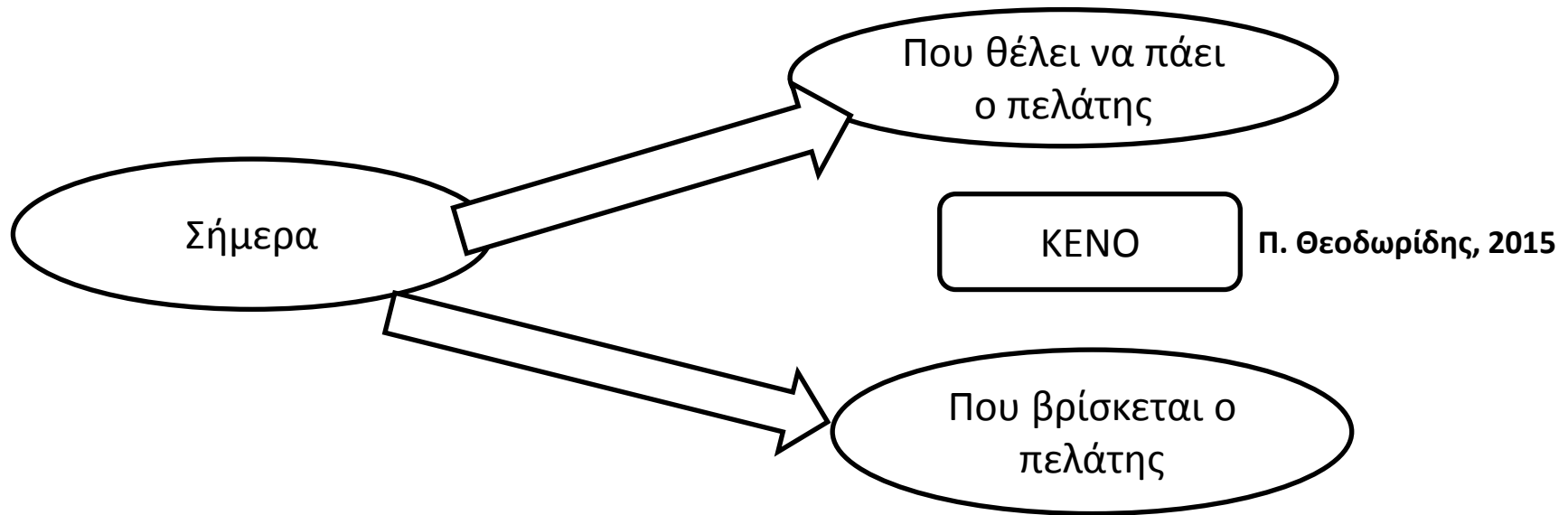
- Προσανατολισμένος στο προϊόν
- Δημιουργεί ανάγκες
- Πιεστική πώληση
- Πουλάει προϊόντα
- Βραχυχρόνιοι στόχοι
- Μη υποστήριξη μετά την πώληση
- Ατομική εργασία

Σύγχρονος Πωλητής

- Προσανατολισμένος στον πελάτη
- Ανιχνεύει και ικανοποιεί τις ανάγκες του πελάτη
- Αμφίδρομη επικοινωνία
- Πουλάει λύσεις και οφέλη
- Μακροχρόνιες σχέσεις
- Έμφαση στην υποστήριξη μετά την πώληση
- ...αλλά και με την ομάδα



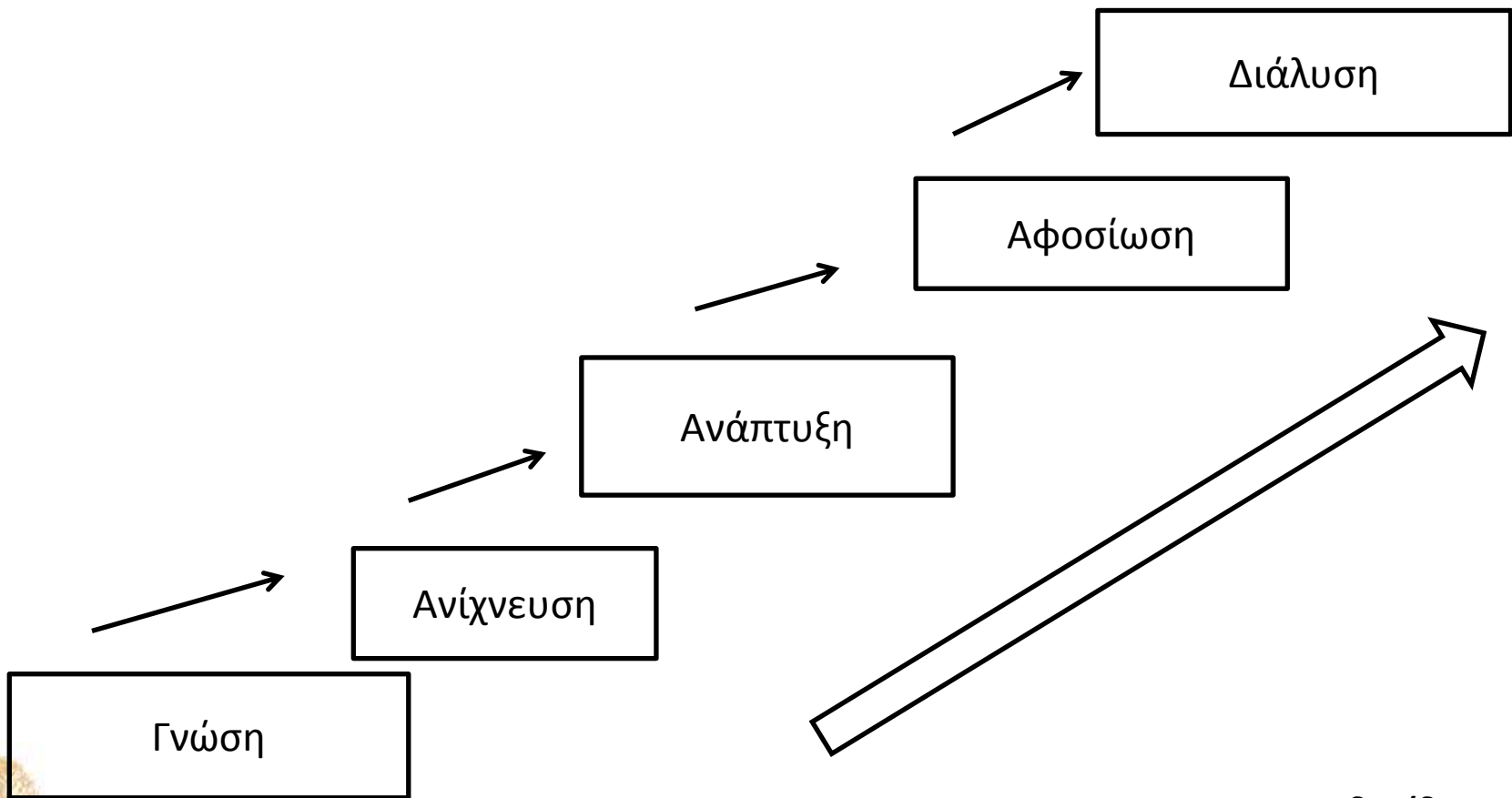
Η πώληση είναι...



- ανιχνεύουμε το κενό, βοηθάμε τον πελάτη να συνειδητοποιήσει το κενό, και προσφέρουμε λύσεις με προϊόντα και υπηρεσίες που θα «κλείσουν» το κενό



Στάδια μιας σχέσης



Τάσεις

Από	Σε
Συναλλαγές	Σχέσεις
Άτομο	Ομάδες
Όγκος πωλήσεων	Παραγωγικότητα πωλήσεων
Διοίκηση	Ηγεσία
Τοπικά	Παγκόσμια
Φυσική Αντοχή	Γνώση
Διαταγή και Έλεγχος	Συντονισμός και ενδυνάμωση
Πολεμιστής	Υποστηρικτής

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.



ΣΗΜΕΙΩΜΑΤΑ

Σημείωμα Ιστορικού Εκδόσεων Έργου

Το παρόν έργο αποτελεί την έκδοση 1.0.

Έχουν προηγηθεί οι κάτωθι εκδόσεις:



Σημείωμα Αναφοράς

Copyright Πανεπιστήμιο Πατρών, Προκόπιος Θεοδωρίδης. «Οργάνωση και Διοίκηση Πωλήσεων. Εισαγωγή. Έκδοση: 1.0. Πάτρα 2015. Διαθέσιμο από τη δικτυακή διεύθυνση:

https://eclass.upatras.gr/modules/document/document.php?course=DEAPT_6.8S.



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 κλπ., 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.

