

# Βασικές Αρχές Marketing

...

Κέλλυ Μπαντή

Στέλεχος Marketing Skywalker.gr

# Τί είναι marketing;

---

## Γενικός Ορισμός

Το Marketing είναι μία διαδικασία management μέσω της οποίας τα αγαθά και οι υπηρεσίες προωθούνται προς τον πελάτη.

## Ορισμός Philip Kotler

Το Marketing δεν είναι η τέχνη της εύρεσης έξυπνων τρόπων για την διάθεση προϊόντων & υπηρεσιών στην αγορά. Είναι η τέχνη και η επιστήμη της δημιουργίας πραγματικής αξίας για τον πελάτη. (Kotler,2012)

# Είδη marketing

---

- Προϊοντικό Marketing /Marketing Υπηρεσιών B2B
- Βιομηχανικό Marketing B2C
- Σχεσιακό Marketing CRM

# Marketing Mix

---

## Γενικός Ορισμός

Είναι το επιχειρηματικό εργαλείο που χρησιμοποιείται για την ικανοποίηση των αναγκών και επιθυμιών του καταναλωτή/πελάτη.

4Ps - 7Ps



# Product marketing 4Ps

---



# Product

---

Όταν αναφερόμαστε στον όρο προϊόν, εκτός από το φυσικό προϊόν συμπεριλαμβάνονται και οι υπηρεσίες που το συνοδεύουν όπως είναι το Brand name, logo, συσκευασία, εγγύηση κλπ..

Όλα τα χαρακτηριστικά ενός προϊόντος, είτε άυλα είτε υλικά, έχουν σχεδιαστεί για να εξυπηρετούν τις ανάγκες των πελατών.

# Price

---

Η τιμή είναι το μέτρο σύγκρισης του καταναλωτή που χρησιμοποιεί στην αγορά για να “ξεχωρίσει” το προϊόν με τα χαρακτηριστικά που τον ικανοποιεί και ανταποκρίνεται στις ανάγκες του.

Η τιμή επηρεάζει σημαντικά την εικόνα και το brand name του προϊόντος.

# Place

---

Η διανομή και τοποθέτηση του προϊόντος παίζει εξίσου σημαντικό ρόλο αφού είναι το τελικό στάδιο όπου από την παραγωγή φθάνει στον καταναλωτή.



# Promotion

---

## Προώθηση

- Διαφήμιση
- Προώθηση πωλήσεων
- Δημόσιες σχέσεις
- Προσωπική πώληση



# Consumer marketing 4Cs

---

- Customer value: αξία που λαμβάνει ο πελάτης
- Cost to the customer: αξία που πληρώνει ο πελάτης
- Convenience: ευκολία
- Communication: επικοινωνία



# SWOT Analysis

---

- Δυνατά σημεία
- Αδύνατα σημεία
- Ευκαιρίες
- Απειλές



# Pestle Analysis - Macro environment

---

Πολιτικά

Οικονομικά

Κοινωνικά

Τεχνολογικά

Περιβαλλοντικά

Νομικά



# Micro environment

---

Επιχείρηση

Πελάτες

Προμηθευτές

Ενδιάμεσοι

Ανταγωνιστές

Ομάδες συμφερόντων



# Στόχοι SMART

---

**S** pecific - Συγκεκριμένοι

**M** easurable - Μετρήσιμοι

**A** chievable - Εφικτοί

**R** elevant - Σχετικοί

**T** ime specific - Χρονικά ορισμένοι

# Στρατηγική Marketing

---

Τμηματοποίηση: γεωγραφικά, δημογραφικά,  
ψυχογραφικά, προϊόντικά

Στόχευση: διαφοροποίηση, ανταγωνιστικό  
πλεονέκτημα

Τοποθέτηση: αντιλήψεις, εντυπώσεις,  
αισθήματα

