



Το Προϊόν και η Αγορά



Το Προϊόν

Οι ερωτήσεις που ακολουθούν θα σας βοηθήσουν στην επιλογή του προϊόντος ή της υπηρεσίας:

- ☐ Υπάρχει στην αγορά ζήτηση για το προϊόν ή την υπηρεσία σας;
- ☐ Σε ποιο καταναλωτικό γκρουπ απευθύνεται το προϊόν ή η υπηρεσία;
- ☐ Θα υπάρχουν καλές ευκαιρίες πώλησης του προϊόντος ή της υπηρεσίας;
- ☐ Η παραγωγή και πώληση του προϊόντος ή της υπηρεσίας θα ικανοποιεί τα μέλη της επιχείρησης;
- ☐ Επιτρέπεται η πώληση του προϊόντος ή της υπηρεσίας;
- ☐ Υπάρχει περίπτωση η πνευματική ιδιοκτησία του προϊόντος να ανήκει σε κάποιον άλλο;

Η λιανική πώληση (η αγορά και η πώληση προϊόντων στον τελικό καταναλωτή) είναι ίσως η ευκολότερη λύση, αλλά γιατί να μην προσπαθήσετε να καινοτομήσετε στην επιλογή του προϊόντος ή της υπηρεσίας που θα παρέχετε;

Το Προϊόν



Οι ερωτήσεις που ακολουθούν θα σας βοηθήσουν στην επιλογή του προϊόντος ή της υπηρεσίας:

- ☐ Πώς θα κατασκευάσετε το προϊόν;
- ☐ Ποια θα είναι τα άμεσα και έμμεσα κόστη παραγωγής του προϊόντος ή παροχής της υπηρεσίας;
- ☐ Θα είναι επικερδής η πώληση του προϊόντος ή της υπηρεσίας;
- ☐ Ποια άλλη επιχείρηση διαθέτει το ίδιο προϊόν ή υπηρεσία ... τι είναι αυτό που καθιστά το δικό σας ξεχωριστό;
- ☐ Θα υπάρξουν ευκαιρίες να τροποποιήσετε το προϊόν ή την υπηρεσία αργότερα

Η καινοτομία γίνεται ολοένα και πιο σημαντική προκειμένου οι επιχειρήσεις να αποκτήσουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και να σημειώσουν επιτυχία σε μια ταχύρρυθμα αναπτυσσόμενη παγκόσμια αγορά

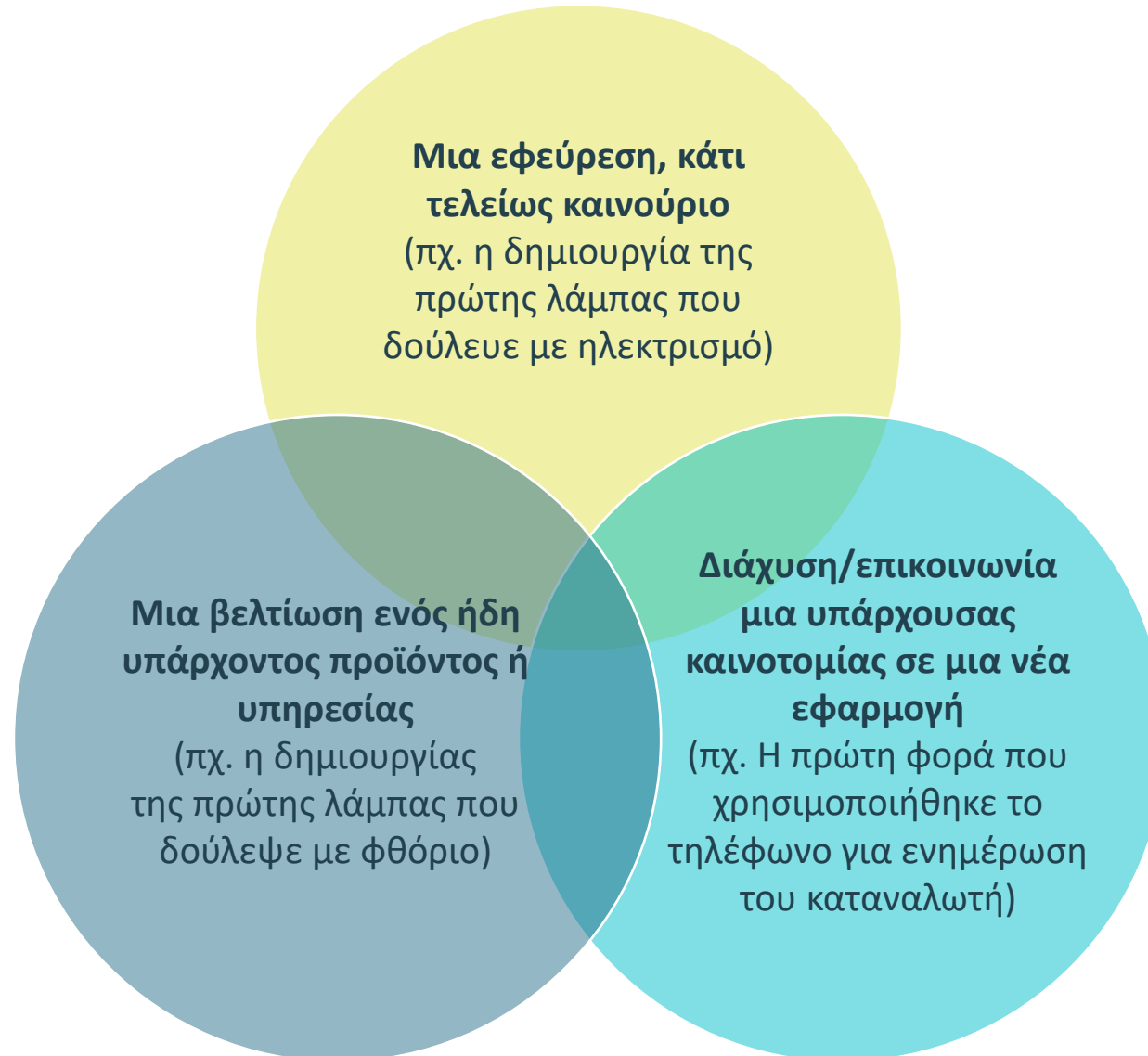
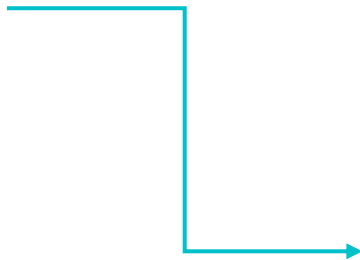




Καινοτομία

Ο όρος καινοτομία δηλώνει την επιτυχημένη αξιοποίηση καινούριων ιδεών.

Με λίγα λόγια η Καινοτομία ορίζεται ως «η χρήση της γνώσης με σκοπό την παραγωγή και παροχή νέων προϊόντων ή υπηρεσιών που οι καταναλωτές επιθυμούν» και μπορεί να είναι:





Σχέδιο Μάρκετινγκ

Ανάλυση Μάρκετινγκ

- ❑ Είναι η ανάλυση του είδους πελατών που θα προσελκύσει η επιχείρηση και του μεριδίου της αγοράς που θα διεκδικήσει
- ❑ Θα πρέπει να είστε σε θέση να περιγράψετε σε ποιους πελάτες απευθύνεστε και για ποιο λόγο θα προτιμήσουν το προϊόν σας
- ❑ Το προϊόν θα πρέπει να ικανοποιεί μια ανάγκη ή επιθυμία, η οποία θα πρέπει να αναφέρεται στο σχέδιο Μάρκετινγκ

Στρατηγική Μάρκετινγκ

Περιλαμβάνει:

- ❑ Την περιγραφή της αγοράς – στόχου (ποιοι θα αγοράζουν το προϊόν σας)
- ❑ Την στρατηγική τιμών που εφαρμόζει η επιχείρηση ή το νεκρό σημείο (=σημείο στο οποίο οι πωλήσεις σας καλύπτουν το κόστος σας, ύστερα από αυτό το σημείο οι πωλήσεις αρχίζουν να αποφέρουν κέρδος)
- ❑ Το σχέδιο προώθησης και διαφήμισης (πελάτες, σημεία πώλησης, κανάλια διανομής, τρόπος διαφήμισης)
- ❑ Τις προβλεπόμενες πωλήσεις (το ύψος του ποσού των προϊόντων ή υπηρεσιών που προβλέπετε ότι θα πουλήσει η επιχείρηση)



Σχέδιο Μάρκετινγκ

Πρώθηση

Ως μέλη του Τμήματος Μάρκετινγκ, θα πρέπει να περιγράψετε σε ποιους επιδιώκετε να πουλήσετε το προϊόν ή την υπηρεσία που προσφέρετε:

- ☐ Άλλες επιχειρήσεις
- ☐ Φίλους και οικογένεια
- ☐ Διαδίκτυο
- ☐ Σούπερ μάρκετ, τράπεζες, κινηματογράφους, σχολεία
- ☐ Εκδηλώσεις (π.χ. αθλητικά παιχνίδια, συναυλίες)

Διαφήμιση/Μάρκετινγκ

Ως μέλη του Τμήματος Μάρκετινγκ, θα πρέπει να αποφασίσετε αν και πώς θα διαφημίσετε το προϊόν ή την υπηρεσία που προσφέρετε. Μερικές ιδέες διαφήμισης:

- ☐ Διαφημιστικά έντυπα που θα διανείμετε στο σχολείο
- ☐ Αφίσες
- ☐ Προσωπική ενημέρωση
- ☐ Τοπικές εφημερίδες
- ☐ Πίνακες ανακοινώσεων
- ☐ Διαδίκτυο
- ☐ Facebook/Instagram



Η ανάλυση SWOT στο μάρκετινγκ

Η απάντηση στο ερώτημα:
«Σε τι είμαστε καλοί, τι είναι
αυτό που κάνουμε καλά;»

Δυνατά
σημεία

Η απάντηση στο ερώτημα:
«Τι είναι αυτό που δεν κάνουμε
και τόσο καλά και πού μπορεί να
προκύψουν προβλήματα;»

Αδύναμα
σημεία

Ποιες ευκαιρίες
παρουσιάζονται για την
επιχείρηση;

Ευκαιρίες

Ποιες απειλές
παρουσιάζονται για την
επιχείρηση;

Απειλές

Η ανάλυση SWOT στο μάρκετινγκ



- ☐ Η ανάλυση SWOT είναι μια καλή κι εύκολη άσκηση για τους μαθητές
- ☐ Εντοπίστε:
 - ☐ Τα δυνατά (Strengths) και τα αδύναμα (Weaknesses) σημεία της επιχείρησής σας στην παραγωγή και την πώληση του προτεινόμενου προϊόντος ή υπηρεσίας
 - ☐ Τις ευκαιρίες (Opportunities) που προβάλλουν
 - ☐ Τις απειλές (Threats) που βλέπετε





Η ανάλυση SWOT στο μάρκετινγκ

Δυνατά σημεία (Strengths):

- ☐ Τα χαρακτηριστικά εκείνα που θα δώσουν στην επιχείρηση ανταγωνιστικό πλεονέκτημα
- ☐ Τα δυνατά σημεία της επιχειρηματικής ιδέας:
 - ☐ Πως θα προωθηθεί η ιδέα στην αγορά;
 - ☐ Είναι καινοτόμα;
 - ☐ Είναι δυνατή η παραγωγή με χαμηλό κόστος;

Αδύναμα σημεία (Weaknesses):

- ☐ Τα χαρακτηριστικά που θέτουν την επιχείρηση σε μειονεκτική θέση απέναντι σε άλλες, τα προβλήματα που θα προκαλέσει η ιδέα
 - ☐ Υψηλά κόστη παραγωγής;
 - ☐ Απαιτητική παραγωγή;
 - ☐ Απαιτείται μεγάλη προσπάθεια όσον αφορά στο μάρκετινγκ;

Ευκαιρίες (Opportunities):

- ☐ Τα στοιχεία τα οποία θα μπορούσε να εκμεταλλευτεί το project προς όφελός του και πρόκειται για ανοίγματα σε καινούριες αγορές, διεύρυνση του καταναλωτικού κοινού στο οποίο απευθύνεται, καινούριους τρόπους διάθεσης και προώθησης του προϊόντος

Απειλές(Threats):

- ☐ Τα στοιχεία στο εξωτερικό περιβάλλον που θα μπορούσαν να αποτελέσουν εμπόδιο για την εταιρεία ή το project, π.χ. οι άλλες εταιρείες που παράγουν παρόμοια προϊόντα και τα διαθέτουν σε χαμηλότερες τιμές ή η ύπαρξη νόμων και διατάξεων που καθιστούν την παραγωγή δύσκολη