**ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ-ΜΑΡΚΕΤΙΝG**

**MARKETING**

**Κατηγορίες του marketing**

Ο όρος Μάρκετινγκ τα τελευταία χρόνια ακούγεται ολοένα και πιο συχνά

σε κάθε συζήτηση, είτε αυτή αφορά επιχειρηματικές είτε άλλες

δραστηριότητες, όπως πολιτικές, κοινωνικές κ.λπ. Ωστόσο, είναι γεγονός

ότι πολύ λίγοι είναι αυτοί που γνωρίζουν πραγματικά τι ακριβώς σημαίνει

Μάρκετινγκ και τι σκοπούς εξυπηρετεί.

Ακριβής μετάφραση του όρου δεν έχει γίνει μέχρι σήμερα στα Ελληνικά και

αυτό είναι κάτι που κάνει τη σύγχυση μεγαλύτερη. Οι όροι αγοραλογία,

αγοραγνωσία, πωλησιολογία, εμπορευσιματολογία, εμπορία, που έχουν

χρησιμοποιηθεί κατά καιρούς για να αποδώσουν το νόημα και το

περιεχόμενο του όρου ≪Μάρκετινγκ≫, δεν μπορούν να θεωρηθούν ≪δόκιμοι

όροι≫, γιατί δεν αποδίδουν επακριβώς την έννοια και το περιεχόμενο του

όρου Μάρκετινγκ στα Ελληνικά.

To marketing περιλαμβάνει όλες τις ενέργειες που απαιτούνται για

να φθάσουν τα προϊόντα ή οι υπηρεσίες από τον παραγωγό στον

καταναλωτή. Συνδέει, δηλαδή, την παραγωγή με την κατανάλωση,

κατευθύνει τη ροή των αγαθών και των υπηρεσιών και επηρεάζει

τη λήψη αποφάσεων.

Οι ενέργειες αυτές αποσκοπούν στην ικανοποίηση των αναγκών των

καταναλωτών μέσω του σχεδιασμού, της παραγωγής και της διάθεσης

των προϊόντων ή των υπηρεσιών.

Όσον αφορά τις επιχειρήσεις επομένως το marketing περιλαμβάνει το

σύνολο των ενεργειών μιας επιχείρησης ή ενός οργανισμού, οι οποίες

αποβλέπουν στην αναγνώριση των αναγκών του καταναλωτή, στην

ανάπτυξη των απαραίτητων προϊόντων και υπηρεσιών που τις ικανοποιούν

και στη δημιουργία των απαραίτητων προϋποθέσεων ζήτησης, οι οποίες

θα οδηγήσουν σε επιτυχείς πωλήσεις.

**ΟΙ ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΤΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ**

Ανάγκη: κατάσταση έλλειψης κάποιας βασικής ικανοποίησης

Επιθυμία: πόθοι για συγκεκριμένα μέσα ικανοποίησης αναγκών

Απαιτήσεις: επιθυμίες για συγκεκριμένα προϊόντα οι οποίες

υποστηρίζονται από μια ικανότητα και διάθεση να τα αγοράσουν

Οι μάρκετερς δεν δημιουργούν ανάγκες. Οι ανάγκες προϋπάρχουν.

Οι μάρκετερς επηρεάζουν τις επιθυμίες. Επηρεάζουν την ζήτηση κάνοντας

το προϊόν κατάλληλο, ελκυστικό, προσιτό στην τιμή και εύκολα διαθέσιμο

στους καταναλωτές

**Προϊόν:** είναι οτιδήποτε που μπορεί να προσφερθεί για να ικανοποιήσει

μια ανάγκη ή επιθυμία

**Αξία:** η εκτίμηση του καταναλωτή για τη συνολική ικανότητα του

προϊόντος να ικανοποιεί τις ανάγκες του

**Ανταλλαγή:** είναι η πράξη της απόκτησης ενός επιθυμητού προϊόντος

από κάποιον που το κατέχει προσφέροντας κάτι σε αντάλλαγμα

**Συναλλαγή:** είναι η εμπορία αξιών ανάμεσα σε δύο μέρη

**Μάρκετερ**: είναι κάποιος ο οποίος αναζητεί έναν ή περισσότερους

υποψήφιους πελάτες, οι οποίοι θα ήταν διατεθειμένοι να πάρουν μέρος σε

μια ανταλλαγή. Ο μάρκετερ μπορεί να είναι είτε πωλητής είτε αγοραστής

Υποψήφιος πελάτης: είναι κάποιος τον οποίο ο μάρκετερ θεωρεί ότι

ενδεχομένως επιθυμεί και είναι ικανός να πάρει μέρος σε μια ανταλλαγή

**Το μίγμα Marketing**

Η φιλοσοφία και το περιεχόμενο των αποφάσεων και της λειτουργίας του

marketing εκφράζεται με τον όρο "μίγμα marketing " (marketing mix).

Είναι δηλαδή ένα σύστημα στενά συνδεδεμένων μεταβλητών, που

σχεδιάστηκαν, για να ικανοποιούν τις ανάγκες των καταναλωτών -

πελατών και τους στόχους της επιχείρησης.

Οι μεταβλητές αυτές είναι γνωστές στη βιβλιογραφία ως τα "4P's", δηλ.

το προϊόν (product), η τιμή (price), η διανομή ή διακίνηση (place) και η

προώθηση (promotion), τα οποία ουσιαστικά αποτελούν τέσσερα επί

μέρους μίγματα.

**· Το προϊόν**

Οι επιχειρήσεις λειτουργούν και αναπτύσσονται έχοντας ως σκοπό αφενός

μεν την πραγματοποίηση κέρδους, αφετέρου δε την ικανοποίηση των

διάφορων αναγκών των καταναλωτών, (φυσικών προσώπων, επιχειρήσεων

κτλ.). Ως προϊόν ή υπηρεσία, αναφέρεται όχι μόνο το φυσικό προϊόν, αλλά

και οι σχετικές υπηρεσίες που το συνοδεύουν, όπως είναι η ονομασία και

το σήμα του προϊόντος (brand name), η συσκευασία κτλ.

**Προϊόν ή υπηρεσία,** επομένως, είναι το σύνολο των υλικών και άυλων

χαρακτηριστικών, τα οποία έχουν σχεδιαστεί με στόχο να ικανοποιούν τις

ανάγκες των καταναλωτών

**· Η τιμή**

Τιμή είναι η αξία ανταλλαγής ενός αγαθού ή υπηρεσίας. Απεικονίζει το

"πόσο" ή "με τι" ανταλλάσσεται κάτι στην αγορά, εκφράζεται σε χρήματα

και ενεργεί ως ρυθμιστής της οικονομίας. Αποτελεί το μέτρο σύγκρισης

για τον καταναλωτή σε σχέση με τα άλλα παρόμοια προϊόντα που

κυκλοφορούν και τον βοηθά να αποφασίσει κατάλληλα, ώστε τα χρήματα

που θα διαθέσει για μια αγορά να του παρέχουν και την αντίστοιχη

ικανοποίηση.

**· Τα δίκτυα (κανάλια) διανομής**

Τα προϊόντα και οι υπηρεσίες πρέπει να φτάνουν στους καταναλωτές, όταν

τα χρειάζονται στις επιθυμητές ποσότητες και με την ανάλογη ποιότητα.

Η λειτουργία της διανομής περιλαμβάνει όλες τις απαραίτητες ενέργειες

που πρέπει να πραγματοποιηθούν, ώστε να μεταβιβαστεί το προϊόν από

τον παραγωγό (π.χ. τη βιομηχανία) στον τελικό καταναλωτή. Τα δίκτυα

διανομής (κανάλια), δηλαδή οι δρόμοι που θα ακολουθήσουν τα προϊόντα ή

οι υπηρεσίες για να φτάσουν στα σημεία πώλησης, αναφέρονται στα άτομα

και στις επιχειρήσεις που συμμετέχουν στις διαδικασίες διακίνησης των

προϊόντων, δηλαδή στη μεταφορά, στην αποθήκευση κτλ.

**· Η προώθηση**

Η προώθηση είναι, σύμφωνα με αρκετές εκτιμήσεις, η πιο δυναμική

μεταβλητή του marketing, γιατί φέρει σε επαφή πωλητές και αγοραστές. Η

αποτελεσματική προώθηση στοχεύει:

• στην πληροφόρηση των καταναλωτών, σχετικά με το προϊόν ή την

υπηρεσία που

διατίθεται, και

• στην προσπάθεια να πειστούν οι καταναλωτές ότι αυτό το προϊόν ή αυτή

η υπηρεσία είναι η καλύτερη εναλλακτική επιλογή για την ικανοποίηση

των αναγκών τους.