



Στρατηγικό Μάρκετινγκ

Ενότητα 7: Καθορισμός της στρατηγικής προϊόντος

Χριστίνα Μπουτσούκη
Τμήμα Οικονομικών Επιστημών



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗ
επένδυση στην κοινωνία της γνώσης
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ

Άδειες Χρήσης

- Το παρόν εκπαιδευτικό υλικό υπόκειται σε άδειες χρήσης Creative Commons.
- Για εκπαιδευτικό υλικό, όπως εικόνες, που υπόκειται σε άλλου τύπου άδειας χρήσης, η άδεια χρήσης αναφέρεται ρητώς.



Χρηματοδότηση

- Το παρόν εκπαιδευτικό υλικό έχει αναπτυχθεί στα πλαίσια του εκπαιδευτικού έργου του διδάσκοντα.
- Το έργο «Ανοικτά Ακαδημαϊκά Μαθήματα στο Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης» 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.





Καθορισμός της στρατηγικής προϊόντος.



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ

Σκοποί ενότητας

- Η έβδομη ενότητα παρουσιάζει το πώς οι μάρκετερ αναγνωρίζουν τους κύριους ανταγωνιστές τους, και πώς θα πρέπει να αναλύουμε τις στρατηγικές, τους στόχους, τις δυνάμεις και τις αδυναμίες των ανταγωνιστών.



Καθορισμός της στρατηγικής προϊόντος 1/15

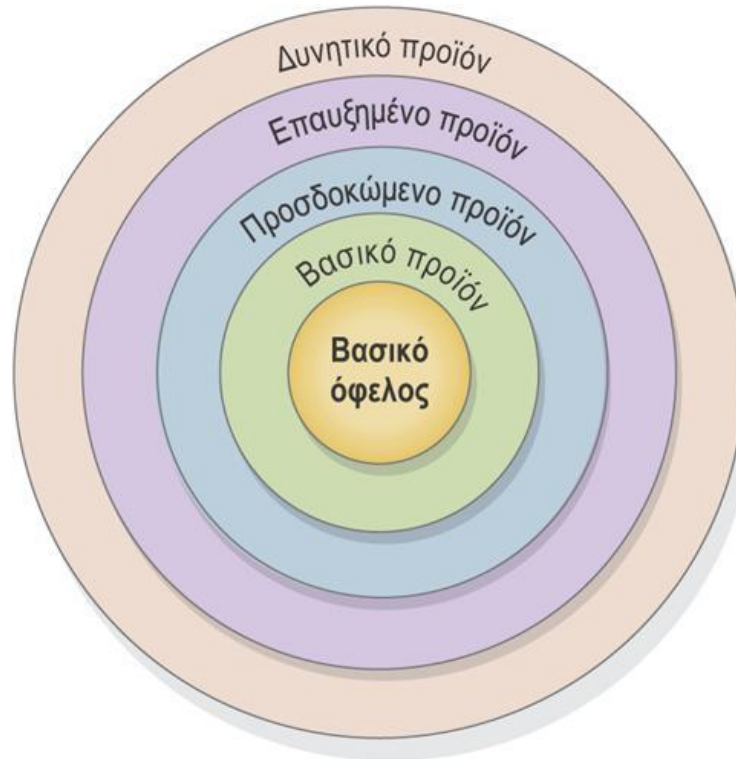
Προϊόν.

Οτιδήποτε μπορεί να προσφερθεί σε μια αγορά για να ικανοποιήσει μια επιθυμία ή μια ανάγκη.



Καθορισμός της στρατηγικής προϊόντος 2/15

Πέντε επίπεδα προϊόντος (βασικό όφελος, βασικό προϊόν, προσδοκώμενο προϊόν, επαυξημένο προϊόν, δυνητικό προϊόν).



Εικόνα 1



Καθορισμός της στρατηγικής προϊόντος 3/15

Ταξινομήσεις προϊόντων.

- Ανθεκτικότητα.
- Υλική υπόσταση.
- Χρήση.

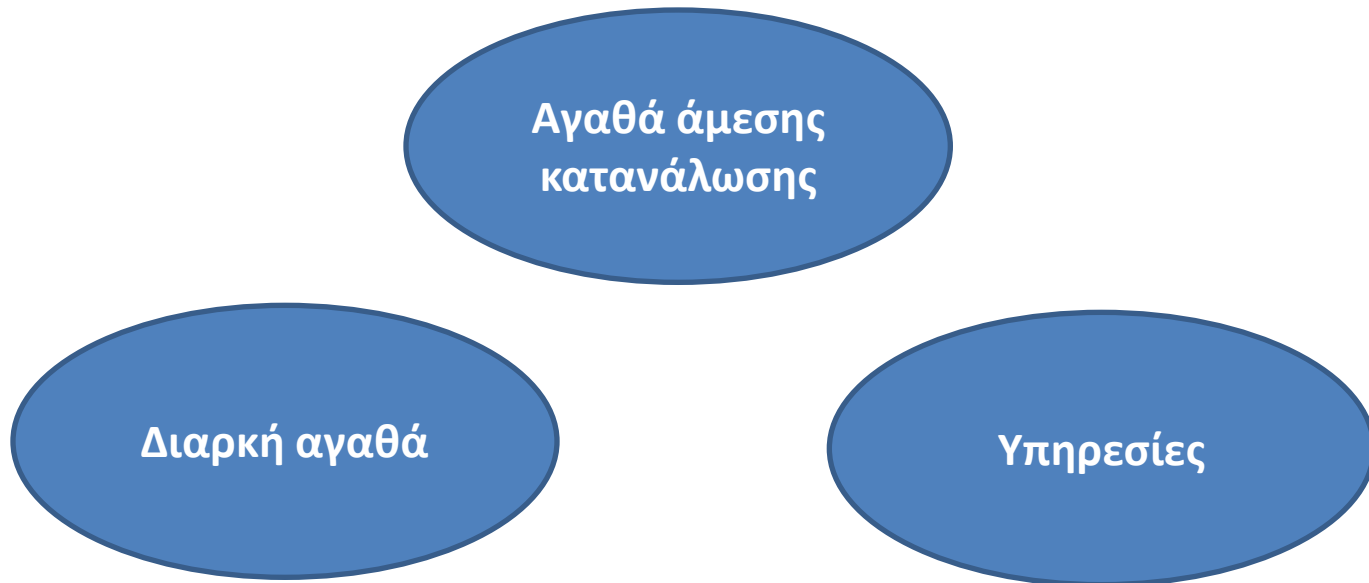


Εικόνα 2



Καθορισμός της στρατηγικής προϊόντος 4/15

Ανθεκτικότητα και υλική υπόσταση.



Καθορισμός της στρατηγικής προϊόντος 5/15

Ταξινόμηση καταναλωτικών αγαθών.

Προϊόντα ευκολίας

Αγαθά επιλογής

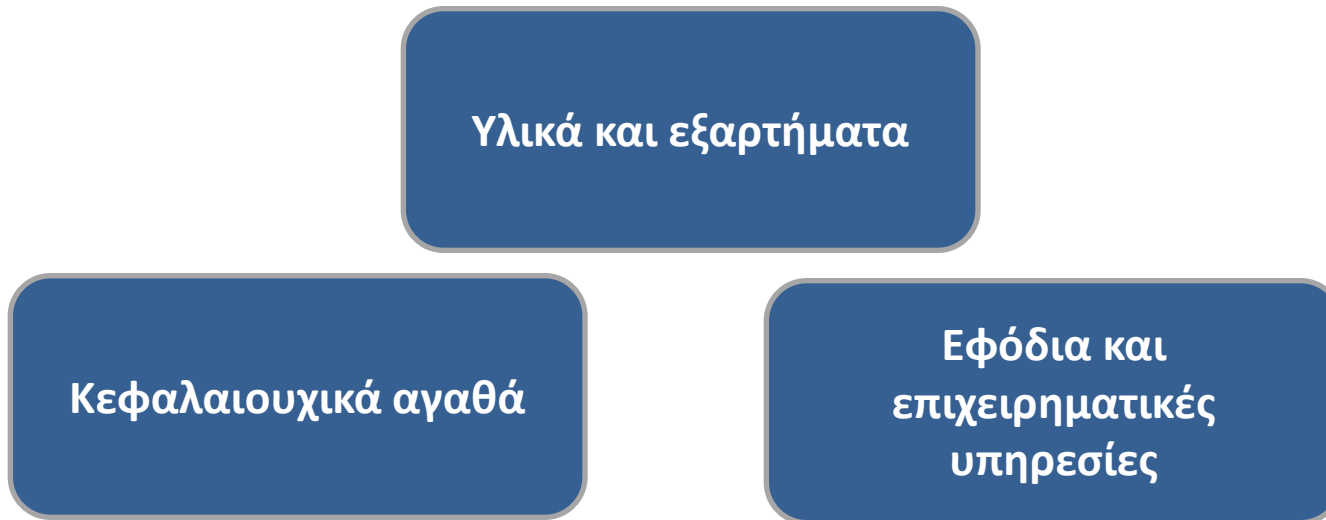
Εξειδικευμένα αγαθά

Αζήτητα αγαθά



Καθορισμός της στρατηγικής προϊόντος 6/15

Ταξινόμηση βιομηχανικών αγαθών.



Καθορισμός της στρατηγικής προϊόντος 7/15

Διαφοροποίηση προϊόντων.

- μορφή προϊόντων.
- Χαρακτηριστικά.
- Ποιότητα απόδοσης.
- ποιότητα συμμόρφωσης.
- Ανθεκτικότητα.
- Αξιοπιστία.
- Επισκευασιμότητα.



Καθορισμός της στρατηγικής προϊόντος 8/15

Διαφοροποίηση προϊόντων.

- Στυλ.
- Σχεδιασμό.
- Ευκολία παραγγελίας.
- Παράδοση.
- Εγκατάσταση.
- Εκπαίδευση του πελάτη.
- Παροχή συμβουλών.
- Συντήρηση.



Καθορισμός της στρατηγικής προϊόντος 9/15

Η ιεραρχία προϊόντος (είδος, τύπος προϊόντος, σειρά προϊόντων, κατηγορία προϊόντων, οικογένεια προϊόντων, οικογένεια αναγκών).



Εικόνα 3



Καθορισμός της στρατηγικής προϊόντος 10/15

Συστήματα και μείγματα προϊόντων.



- Σύστημα προϊόντων.
- Μείγμα προϊόντων.
- ποικιλία σχετικών προϊόντων.
- Βάθος.
- Μήκος.
- Εύρος.
- Συνοχή.

Εικόνα 4



Καθορισμός της στρατηγικής προϊόντος 11/15

Ανάλυση σειράς προϊόντων.

Βασικό προϊόν

Βασικά αγαθά

Ειδικά προϊόντα

Είδη ευκολίας



Καθορισμός της στρατηγικής προϊόντος 12/15

Επέκταση σειράς.

- **Επέκταση σειράς προς τα κάτω** – μια εταιρεία που είναι τοποθετημένη στο μεσαίο τμήμα της αγοράς και θέλει να εισάγει μια νέα σειρά προϊόντων με χαμηλότερες τιμές.
- **Επέκταση σειράς προς τα πάνω** – μια εταιρεία που θέλει να μπει στο ανώτερο τμήμα της αγοράς για να πετύχει μεγαλύτερη ανάπτυξη.
- **Επέκταση και προς τις δύο κατευθύνσεις** – μια επιχείρηση που εξυπηρετεί τη μεσαία αγορά μπορεί να επεκτείνει τη σειρά της και προς τις δύο κατευθύνσεις.



Καθορισμός της στρατηγικής προϊόντος 13/15

Συμπλήρωση σειράς.

- Μια σειρά προϊόντων μπορεί να επιμηκυνθεί με την προσθήκη περισσότερων ειδών ανάμεσα στα ήδη υπάρχοντα.



Καθορισμός της στρατηγικής προϊόντος 14/15

Συσκευασία: το πέμπτο συστατικό του μείγματος μάρκετινγκ.

- Όλες οι δραστηριότητες της σχεδίασης και της παραγωγής του κουτιού, δοχείου ή περιτυλίγματος ενός προϊόντος.
- Επηρεάζεται αυτοεξυπηρέτηση – ευημερία καταναλωτών – εικόνα της εταιρείας και της μάρκας – ευκαιρία για καινοτομίας.



Καθορισμός της στρατηγικής προϊόντος 15/15

Λειτουργία των ετικετών:

- Ταυτοποιεί.
- Βαθμολογεί.
- Περιγράφει.
- Προωθεί.

Nutrition Facts	
Serving Size ½ cup (114g) Servings Per Container 4	
Amount Per Serving	
Calories 90	Calories from Fat 30
% Daily Value*	
Total Fat 3g	5%
Saturated Fat 0g	0%
Cholesterol 0mg	0%
Sodium 300mg	13%
Total Carbohydrate 13g	4%
Dietary Fiber 3g	12%
Sugars 3g	
Protein 3g	
Vitamin A 80%	Vitamin C 60%
Calcium 4%	Iron 4%
* Percent Daily Values are based on a 2,000 calorie diet. Your daily values may be higher or lower depending on your calorie needs:	
	Calories: 2,000 2,500
Total Fat	Less than 65g 80g
Sat Fat	Less than 20g 25g
Cholesterol	Less than 300mg 300mg
Sodium	Less than 2,400mg 2,400mg
Total Carbohydrate	300g 375g
Dietary Fiber	25g 30g
Calories per gram: Fat 9 • Carbohydrate 4 • Protein 4	

Εικόνα 5



Βιβλιογραφία

Kotler, P., and Keller, K.L. (2006), Μάρκετινγκ Μάνατζμεντ, 12^η Αμερικανική έκδοση, Κλειδάριθμος.



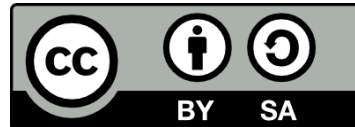
Σημείωμα Αναφοράς

Copyright Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, Χριστίνα Μπουτσούκη.
«Στρατηγικό Μάρκετινγκ. **Ενότητα 7:** Καθορισμός της στρατηγικής προϊόντος». Έκδοση: 1.0. Θεσσαλονίκη 2014. Διαθέσιμο από τη δικτυακή διεύθυνση: <http://eclass.auth.gr/courses/OCRS167/>



Σημείωμα Αδειοδότησης

Το παρόν υλικό διατίθεται με τους όρους της άδειας χρήσης Creative Commons Αναφορά - Παρόμοια Διανομή [1] ή μεταγενέστερη, Διεθνής Έκδοση. Εξαιρούνται τα αυτοτελή έργα τρίτων π.χ. φωτογραφίες, διαγράμματα κ.λ.π., τα οποία εμπεριέχονται σε αυτό και τα οποία αναφέρονται μαζί με τους όρους χρήσης τους στο «Σημείωμα Χρήσης Έργων Τρίτων».



Ο δικαιούχος μπορεί να παρέχει στον αδειοδόχο ξεχωριστή άδεια να χρησιμοποιεί το έργο για εμπορική χρήση, εφόσον αυτό του ζητηθεί.

[1] <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>





Τέλος ενότητας

Επεξεργασία: Έλλη Βλαχοπούλου
Θεσσαλονίκη, Εαρινό εξάμηνο 2013-2014



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ



ΑΡΙΣΤΟΤΕΛΕΙΟ
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

Σημειώματα

Διατήρηση Σημειωμάτων

Οποιαδήποτε αναπαραγωγή ή διασκευή του υλικού θα πρέπει να συμπεριλαμβάνει:

- το Σημείωμα Αναφοράς
- το Σημείωμα Αδειοδότησης
- τη δήλωση Διατήρησης Σημειωμάτων
- το Σημείωμα Χρήσης Έργων Τρίτων (εφόσον υπάρχει)

μαζί με τους συνοδευόμενους υπερσυνδέσμους.

