



# Μάρκετινγκ Εξαγωγών

Ενότητα 5 : Προώθηση και Κανάλια Διανομής

Χριστίνα Μπουτσούκη  
Τμήμα Οικονομικών Επιστημών



Ευρωπαϊκή Ένωση  
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ  
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ  
πρόγραμμα για την ανάπτυξη

# 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.





# Προώθηση και Κανάλια Διανομής



Ευρωπαϊκή Ένωση  
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ  
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΣΠΑ  
2007-2013  
πρόγραμμα για την ανάπτυξη  
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ

# Περιεχόμενα ενότητας

1. Τύποι διαφημιστικής εκστρατείας.
2. Διαφοροποιημένη διαφημιστική εκστρατεία.
3. Στάδια Διεθνούς διαφημιστικής εκστρατείας.
4. Στάδια επιλογής ενός καναλιού διανομής.
5. Αποτελεσματικότητα καναλιού διανομής.
6. Βιβλιογραφία.



# Σκοποί ενότητας

- Η ενότητα αυτή έχει ως σκοπό να αναλύσει τους τρόπους προώθησης μιας επιχείρησης στο διεθνές περιβάλλον και τα κανάλια διανομής της.





ΑΡΙΣΤΟΤΕΛΕΙΟ  
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ  
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

Προώθηση και Κανάλια Διανομής

# Τύποι διαφημιστικής εκστρατείας

# 1. Τύποι διαφημιστικής εκστρατείας

- Τυποποιημένη διαφημιστική εκστρατεία: περιλαμβάνει την δημιουργία & εκτέλεση τις ίδιες σειρές διαφημίσεων σε πολλές χώρες συχνά με μικρές παραλλαγές (π.χ. Coca-cola, Diesel, Benetton, L'Oreal).
- (+) ενδυνάμωση εικόνας επιχείρησης παγκοσμίως, μείωση κόστους παραγωγής & σχεδιασμού μηνύματος.
- (-) περιορισμοί που συνδέονται με πολιτιστικά στοιχεία: γλωσσικά εμπόδια, θεσμικά εμπόδια, οικονομικό περιβάλλον, υποδομή.







ΑΡΙΣΤΟΤΕΛΕΙΟ  
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ  
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

Πρώθηση και Κανάλια Διανομής

# Διαφοροποιημένη διαφημιστική εκστρατεία

## 2. Διαφοροποιημένη διαφημιστική εκστρατεία

- Οι παραπάνω παράγοντες, οι ιδιαιτερότητες στην χρησιμοποίησης Μ.Μ.Ε. σε ορισμένες χώρες, ή ο υψηλός βαθμός εθνικισμού επιβάλλουν στις επιχειρήσεις πολλές φορές την προσαρμογή της διαφημιστικής εκστρατείας (π.χ. Nescafe, Nestle).





ΑΡΙΣΤΟΤΕΛΕΙΟ  
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ  
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

Πρώθηση και Κανάλια Διανομής

# Στάδια Διεθνούς διαφημιστικής εκστρατείας

### 3. Στάδια Διεθνούς διαφημιστικής εκστρατείας

- Καθορισμός του διαφημιστικού κοινού.
- Καθορισμός των διαφημιστικών στόχων.
- Καθορισμός του διαφημιστικού προϋπολογισμού.
- Καθορισμός στρατηγικής Μ.Μ.Ε.
- Σχεδιασμός διαφημιστικού μηνύματος.
- Καθορισμός τύπου διαφημιστικής εκστρατείας.
- Έλεγχος αποτελεσματικότητας.





ΑΡΙΣΤΟΤΕΛΕΙΟ  
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ  
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

Προώθηση και Κανάλια Διανομής

# Στάδια επιλογής ενός καναλιού διανομής

# 4. Στάδια επιλογής ενός καναλιού διανομής

## 1ο στάδιο: Διεργασία Επαφής

Ανάγκη & κίνητρα ανταλλαγής.

Αντίληψη αμοιβής.

Έρευνα συνεργατών.

Διαπραγματεύσεις.

## 2ο στάδιο: Εφαρμογή απόφασης

Κριτήρια απόδοσης μελών καναλιού.

Επιλογή στρατηγικής διοίκησης.

## 3ο Στάδιο: Βελτίωση – Αναθεώρησης Απόφασης

Ευθύνη για ανταμοιβές-ζημιές.

Εκτίμηση επίδοσης.





ΑΡΙΣΤΟΤΕΛΕΙΟ  
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ  
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

---

Πρώθηση και Κανάλια Διανομής

# **Αποτελεσματικότητα καναλιού διανομής**

## 5. Αποτελεσματικότητα καναλιού διανομής

- **Γεωγραφική κάλυψη:** δυνατότητα του καναλιού να φτάσει με επιτυχία τους ξένους καταναλωτές που ενδιαφέρει την επιχείρηση και να πετύχει το επιδιωκόμενο μερίδιο.
- **Καταλληλότητα για την διανομή προϊόντος:** καταλληλότητα σε σχέση με τις ιδιαιτερότητες του προϊόντος.
- **Δυνατότητα μακράς χρήσης:** δυνατότητα μακράς συνεργασίας και κατά συνέπεια παρουσίας σε μια αγορά του εξωτερικού.
- **Έλεγχος:** δυνατότητα επιχείρησης να ελέγχει το πρόγραμμα μάρκετινγκ που υποστηρίζει το προϊόν κατά τη χρησιμοποίηση του καναλιού.
- **Κόστος:** το μέγεθος της επένδυσης που πρέπει να πραγματοποιηθεί για να μπορεί η επιχείρηση να βασίζεται στη χρησιμοποίησή του.





## 6. Βιβλιογραφία

Πανηγυράκης, Γ.Γ. (1999). **Διεθνές Εξαγωγικό Μάρκετινγκ**, Τόμος Ι, Εκδόσεις Α.ΣΤΑΜΟΥΛΗΣ, Αθήνα.



# Σημείωμα Αναφοράς

Copyright Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, Χριστίνα Μπουτσούκη.  
«Μάρκετινγκ Εξαγωγών. Προώθηση και Κανάλια Διανομής». Έκδοση: 1.0.  
Θεσσαλονίκη 2014. Διαθέσιμο από τη δικτυακή διεύθυνση:  
<http://eclass.auth.gr/courses/OCRS274/>



# 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/>





# Πρώθηση και Κανάλια Διανομής

Επεξεργασία: <Έλλη Βλαχοπούλου>  
Θεσσαλονίκη, <Χειμερινό Εξάμηνο 2014- 2015>





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.

