

MARKETING PLAN

ΤΑΚΤΙΚΕΣ MARKETING 4Ps

1. PRODUCT – ΠΡΟΪΟΝ (ή υπηρεσία)

Υποθέστε ότι το προϊόν με το οποίο θα ασχοληθείτε είναι ένα αναψυκτικό ή ένας φυσικός χυμός της προτίμησής σας (π.χ. coca-cola, Fanta πορτοκάλι, Fanta λεμόνι, seven-Up, χυμός πορτοκάλι Όλυμπος, Σκεφτείτε και περιγράψτε την συνολική στρατηγική marketing που θα ακολουθήσετε (γενικός_στόχος):

2. PROMOTION – ΠΡΟΩΘΗΣΗ

2.1: ΣΤΟΧΟΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ:

1. _____
2. _____
3. _____

ΘΕΜΑ ΤΗΣ ΚΑΜΠΑΝΙΑΣ:

ΠΟΙΑ ΜΕΣΑ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΘΑ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΣΕΤΕ (π.χ. ποιες εφημερίδες, ποια περιοδικά, ποια κανάλια τηλεόρασης ή/και ποια sites).

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____

ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ: _____

2.2: ΣΤΟΧΟΙ ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑΣ: (π.χ. (1) να γνωρίσει το κοινό ένα καινούριο προϊόν, (2) να προτιμήσει το δικό σας προϊόν, αντί των ανταγωνιστών, (3) να διαφημίσετε μια συγκεκριμένη προσφορά, κλπ.)

1. _____
2. _____
3. _____

ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ:ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑΣ: _____

2.3: ΣΤΟΧΟΙ ΑΜΕΣΩΝ ΠΩΛΗΣΕΩΝ

ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ:

ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ:ΠΩΛΗΣΕΩΝ: _____

2.4: ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΠΩΛΗΣΕΩΝ (π.χ. κουπόνια, δωρεάν δείγματα, εκπώσεις, κ.α.)

1. _____
2. _____
3. _____

ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ:ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ: _____

ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ: _____

ΔΙΑΡΚΕΙΑ: _____

3. PLACE – ΤΟΠΟΣ

Αποφασίστε και περιγράψτε πως θα διανέμετε τα προϊόντα/ υπηρεσίες σας. Θα πουλάτε κατευθείαν στους αγοραστές; ή θα χρησιμοποιήσετε μεσολαβητές; Μην ξεχάσετε να σκεφτείτε θέματα όπως η μεταφορά των προϊόντων, η συσκευασία τους αλλά και η αποθήκευσή τους.

4. PRICE -- ΤΙΜΗ

Τρεις επιλογές υπάρχουν για την στρατηγική της τιμής του προϊόντος σας.

1. Χαμηλή τιμή

Μια επιλογή είναι να βγάλετε το προϊόν σας στην αγορά με χαμηλή τιμή για ν' αποκτήσετε το μεγαλύτερο δυνατό ποσοστό της αγοράς. Όταν το προϊόν έχει «αποδείξει την αξία του» στην αγορά μπορείτε να ανεβάσετε σιγά σιγά την τιμή του.

2. Ανταγωνιστική τιμή

Η δεύτερη επιλογή είναι να τιμολογήσετε το προϊόν σας πολύ κοντά στις τιμές των ανταγωνιστών σας. Με την επιλογή αυτή όμως πρέπει ταυτόχρονα να προσφέρετε στον πελάτη και κάτι επιπλέον. Αλλιώς γιατί να αλλάξει την επιλογή του και να προτιμήσει το δικό σας προϊόν;

3. Υψηλή τιμή

Εάν το προϊόν/ υπηρεσία που προσφέρετε είναι μοναδικό/ ή στην αγορά, τότε μπορείτε να το προσφέρετε σε υψηλή τιμή. Καθώς όμως ο ανταγωνισμός θα ανεβαίνει θα χρειαστεί να μειώσετε τις τιμές σας.

ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΙΜΟΛΟΓΙΑΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΛΟΓΟΙ
