

## **Θέματα προς εξέταση και εμβάθυνση και ενδεικτικές απαντήσεις**

### **1. Παρακαλώ ορίστε τα βασικά στοιχεία ενότητων που συγκροτούν ένα Σχέδιο Μάρκετινγκ.**

#### Απάντηση:

Ένα Σχέδιο Μάρκετινγκ (ΜΚΤ) περιλαμβάνει:  
Μία σύντομη περίληψη του Σχεδίου ΜΚΤ  
Την Ανάλυση Παρούσας Κατάστασης  
Τις υποθέσεις εργασίας  
Τους στόχους και τις στρατηγικές ΜΚΤ  
Τα προγράμματα ΜΚΤ  
Τα Οικονομικά κείμενα  
Τις εναλλακτικές στρατηγικές  
Την διαδικασία ελέγχου της απόδοσης του Σχεδίου ΜΚΤ  
Παράρτημα με χρήσιμο υλικό

### **2. Η Ανάλυση Πωλήσεων αποτελεί μια ενότητα που την ορίζουμε ως σημαντικό στοιχείο που αφορά το ιστορικό και την φυσιογνωμία των αποδόσεων της επιχείρησης. Συμφωνείται με την άποψη αυτή; Τεκμηριώστε την απάντησή σας.**

#### Απάντηση:

Πράγματι, η ανάλυση πωλήσεων αποτελεί μια σημαντική ενότητα που υποστηρίζει την ανάπτυξη ενός Σχεδίου ΜΚΤ. Η ενότητα αυτή ανήκει στην ανάλυση της Παρούσας Κατάστασης και μπορεί να μας δείξει τις προοπτικές των πωλήσεων, να μας δείξει τους παράγοντες που επέδρασαν αρνητικά ή και θετικά στην εξέλιξη των πωλήσεων, να μας κατευθύνει στην ορθολογική ανάπτυξη των πωλήσεων μέσα από τον έλεγχο των πωλητών, περιοχών πωλήσεων, και δικτύων διανομής που επιλέχθηκαν. Τα ιστορικά δεδομένα βοηθούν στο να γίνουν χρήσιμες προβλέψεις σε δύο επίπεδα ανάλυσης στο πως εξελίχθηκαν και τι επιδράσεις δέχθηκαν οι πωλήσεις μας σε επίπεδο κλάδου και αγοράς και σε επίπεδο πωλήσεων της ίδιας της επιχείρησης. Η απόφαση για το τι καταφέραμε μέσα από την εφαρμογή των στρατηγικών μας καθώς και τα Μερίδια Αγοράς περιλαμβάνουν την ανάλυση των πωλήσεων που μπορούν να ταξινομηθούν σε Μερίδια Αγοράς, Ποσότητα πωλήσεων, Απόδοση σε νομισματικές μονάδες μέτρησης, απόδοση ανά κανάλι διανομής, απόδοση ανά πωλητή, απόδοση ανά γεωγραφική ενότητα, απόδοση ανά SBU επιχειρησιακή μονάδα (π.χ. κατάστημα), απόδοση ανά προϊοντική κατηγορία.

### **3. Ορίστε τα βασικά στοιχεία εξέτασης στην ενότητα Ανάλυση Παρούσας Κατάστασης.**

#### Απάντηση:

Τα στοιχεία της ενότητας αυτής περιλαμβάνουν τουλάχιστον τις επόμενες σημαντικές ενότητες:

Την Ανάλυση Πόρων (Τωρινά και ιστορικά στοιχεία για την Ανάλυση του Μίγματος 4 P's, το δυναμικό της εταιρείας, τις Αγορές που δραστηριοποιείται, τυχόν πατέντες που διασφαλίζονται και άλλα περιουσιακά στοιχεία της)

Την Ανάλυση Πωλήσεων

Την Ανάλυση Περιβάλλοντος και Ελκυστικότητας Βιομηχανίας

Την Ανάλυση Πελατών /Καταναλωτών

Την Ανάλυση Ανταγωνισμού

### **4. Η Ανάλυση Πελατών /Καταναλωτών μπορεί να απαντά στο «γιατί;» κάποιος προτιμά τα προϊόντα μας; Αν ναι με ποιο τρόπο.**

#### Απάντηση:

Η σημαντική λειτουργία της επαντροφοδότησης των αποφάσεων ΜΚΤ είναι διαχρονική και αφορά την Έρευνα ΜΚΤ. Οι πληροφορίες που αφορούν τους πελάτες/καταναλωτές εστιάζουν στις ανάγκες και επιθυμίες τους, την συμπεριφορά και τις συνθήκες που επηρεάζουν την αγοραστική τους απόφαση και συμπεριφορά. Ο σχεδιασμός του κατάλληλου μίγματος ΜΚΤ λαμβάνει υπόψη του μέσα από την προηγούμενη ανάλυση της συνολικής αγοράς και των τμημάτων που την διέπουν (διαδικασία τμηματοποίησης) τις διαφορετικές ανάγκες, επιθυμίες και συμπεριφορές των πελατών και καταναλωτών. Η δυνατότητα που παρέχεται στον αναλυτή είναι να κάνει χρήση των πληροφοριών αυτών για να προσαρμόσει την προϊοντική προσφορά στα μέτρα και σταθμά της Ζήτησης. Έτσι λοιπόν απαντάμε στο γιατί κάποιος αγοράζει ή δεν αγοράζει τα προϊόντα μας (υλικά και άυλα ή συνδυασμός τους). Τεχνικές για την ανάλυση υπάρχουν αρκετές μερικές είναι οι, ζευγαρωτή ανάλυση μαρκών, η συγκριτική ανάλυση (conjoint analysis), η παρακολούθηση του βαθμού ικανοποίησης και πιστότητας των πελατών, η αντιληπτική χαρτογράφηση μαρκών, η αξιολόγηση των διαστάσεων της ποιότητας κ.ά.

**5. Πείτε μερικούς λόγους για τους οποίους κάποιιοι αποφεύγουν την ανάπτυξη Σχεδίων ΜΚΤ στην πράξη.**

Απάντηση:

Η διαδικασία του σχεδιασμού δεν αποτελεί μια αποδεκτή διαδικασία από το σύνολο των επιχειρήσεων. Μάλιστα στην περίπτωση του Σχεδίου ΜΚΤ συνήθως θέτονται κάποια επιχειρήματα από τους φορείς που δεν υιοθετούν τον σχεδιασμό των δραστηριοτήτων ΜΚΤ, τα επιχειρήματα αυτά είναι:

Μη διαθεσιμότητα χρόνου

Άγνοια τεχνικών ανάλυσης

Μειωμένη διάθεση της Διοίκησης για υποστήριξη των Σχεδίων ΜΚΤ

Προηγούμενη αρνητική εμπειρία

Υπερβολική αισιοδοξία για την ικανότητα και τη διαίσθηση - εμπειρία που διαθέτουν τα στελέχη ή οι διοικητές της οικονομικής μονάδας

Εσωτερικές έριδες μεταξύ των τμημάτων

Ανυπαρξία επικοινωνίας του Σχεδίου ΜΚΤ και στα άλλα τμήμα της επιχείρησης

Μειωμένη θέληση για ανάθεση σε συμβούλους ..