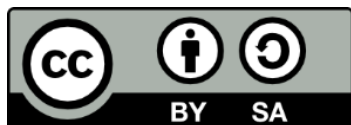


# ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

## Ενότητα 7β: Ανάλυση καταναλωτών

Χρήστος Βασιλειάδης  
Τμήμα Οργάνωσης & Διοίκησης Επιχειρήσεων



Ευρωπαϊκή Ένωση  
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ  
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

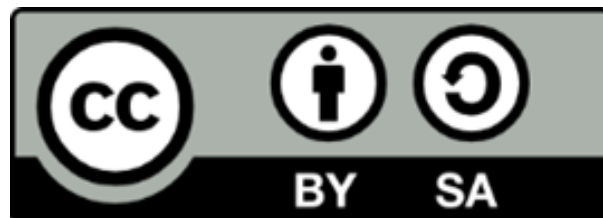
Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΣΠΑ  
2007-2013  
πρόγραμμα για την ανάπτυξη  
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ

# 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 Πανεπιστήμιο Μακεδονίας» έχει χρηματοδοτήσει μόνο τη 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.



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



ΕΣΠΑ  
2007-2013  
πρόγραμμα για την ανάπτυξη  
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ

# Γιατί αγοράζουν;

## Παράδειγμα βαθμολογημένων ζευγαρωτών συγκρίσεων

**Ζευγάρι Μαρκών**  
(το προτιμότερο από τα  
δύο σε κύκλο)

- A, (B)
- (A), Γ
- (A), Δ
- (B), Γ
- (B), Δ
- (Γ), Δ

Επιπλέον ποσό σε δρχ. που  
προτίθεται να πληρώσει ο πελάτης  
για να αποκτήσει το προτιμότερο  
γι' αυτόν

100  
50  
70  
120  
150  
20

**Ανάλυση:**

$$\begin{aligned} \text{A: } & -100 + 50 + 70 = 20 \\ \text{B: } & +100 + 120 + 150 = 370 \\ \text{Γ: } & -50 - 120 + 20 = -150 \\ \text{Δ: } & -70 - 150 - 20 = -240 \end{aligned}$$

# Παράδειγμα ανάλυσης conjoint

ΜΑΡΚΑ	ΜΕΓΕΘΟΣ	ΥΛΙΚΟ	ΚΑΤΑΤΑΞΗ	ΒΑΘΜΟΛΟΓΙΑ
A	Κανονικό	Πλαστικό	6	1
B	Κανονικό	Μέταλλο	4	3
Γ	Κανονικό	Ξύλο	3	4
Δ	Ογκώδες	Πλαστικό	5	2
E	Ογκώδες	Μέταλλο	2	5
Z	Ογκώδες	Ξύλο	1	6

Οι βαθμολογίες των επιπέδων (μέσοι όροι) υπολογίζονται ως εξής:

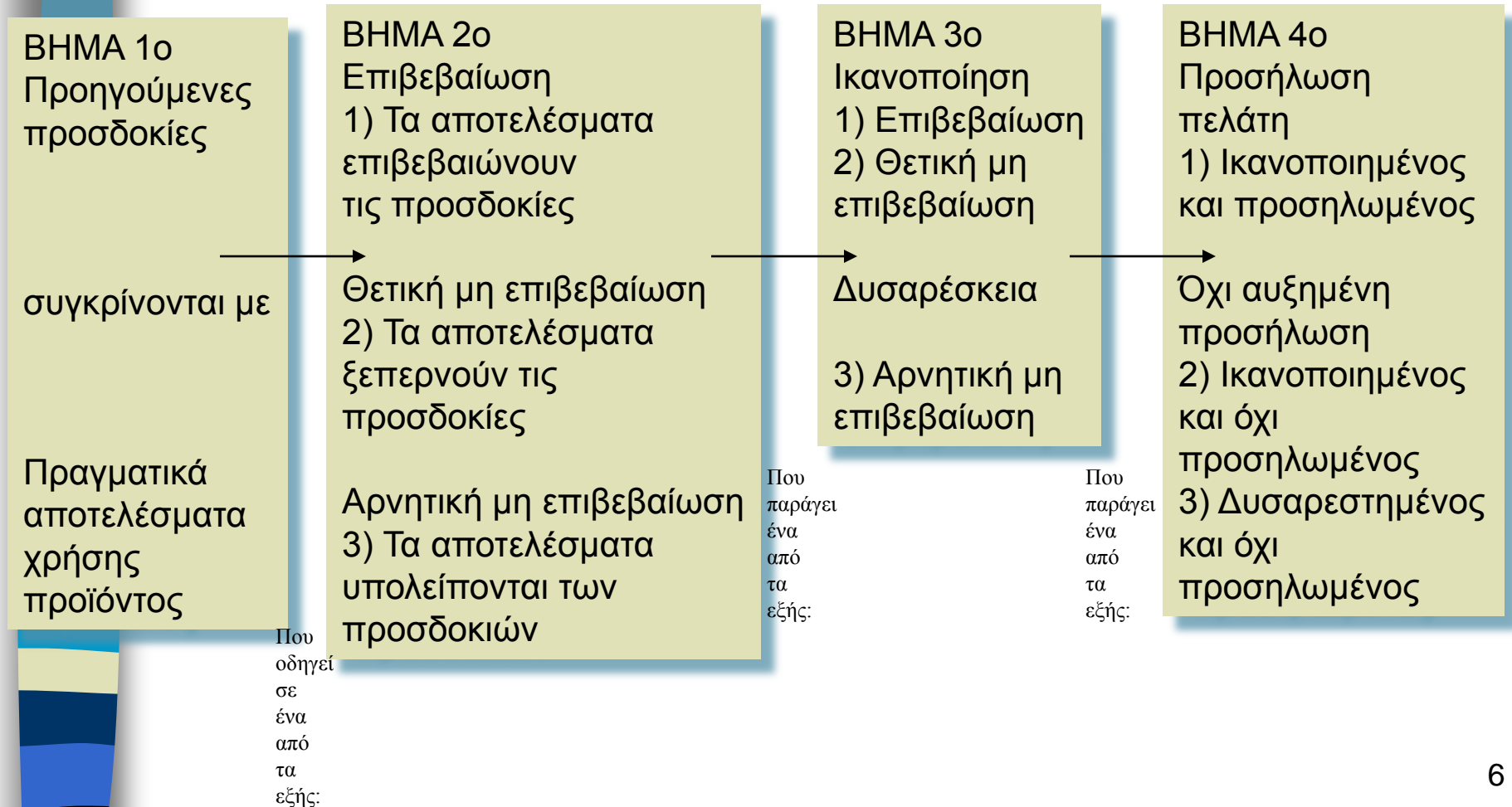
Κανονικό:	$1+3+4=8$	$8/3=2,67$
Ογκώδες:	$2+5+6=13$	$13/3=4,33$
Πλαστικό:	$1+2=3$	$3/2=1,5$
Μέταλλο:	$3+5=8$	$8/2=4$
Ξύλο:	$4+6=10$	$10/2=5$

Εάν αντιστοιχίσω την χαμηλότερη τιμή 1,5 με 0,1 και την υψηλότερη 5 με 1 τότε έχω τις εξής χρησιμότητες

Κανονικό:	0,5
Ογκώδες:	0,9
Πλαστικό:	0,3
Μέταλλο:	0,8
Ξύλο:	1,0

# Θεωρητικό υπόδειγμα ικανοποίησης του πελάτη

Schnaars S. P. 1998,  
Marketing Strategy, 2nd edit.  
New York, Free Press, p.201



# Η σχέση Ικανοποίησης / Προσήλωσης

## ΠΡΟΣΗΛΩΣΗ



ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ ΠΕΛΑΤΗ



<p><b>ΑΠΟΤΥΧΙΕΣ</b></p> <p><b>ΔΥΣΑΡΕΣΤΗΜΕΝΟΙ ΚΑΙ ΟΧΙ ΠΡΟΣΗΛΩΜΕΝΟΙ</b></p>	<p><b>ΕΠΙΒΕΒΛΗΜΕΝΗ ΠΡΟΣΗΛΩΣΗ</b></p> <p><b>ΔΥΣΑΡΕΣΤΗΜΕΝΟΙ ΟΜΩΣ ΔΕΜΕΝΟΙ ΜΕ ΤΗΝ ΕΤΑΙΡΙΑ ΜΕΣΩ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΠΡΟΣΗΛΩΣΗΣ</b></p>
<p><b>ΑΠΟΣΤΑΤΕΣ</b></p> <p><b>ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΑΛΛΑ ΟΧΙ ΠΡΟΣΗΛΩΜΕΝΟΙ</b></p>	<p><b>ΕΠΙΤΥΧΙΕΣ</b></p> <p><b>ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ, ΠΡΟΣΗΛΩΜΕΝΟΙ, ΚΑΙ ΠΟΛΥ ΠΙΘΑΝΑ ΘΕΤΙΚΟ</b></p>



Schnaars S. P. 1998,  
Marketing Strategy, 2nd edit.  
New York, Free Press, p.204

# ΤΜΗΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

## ΤΟ ΤΜΗΜΑ (SEGMENT) ΘΑ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΕΙΝΑΙ:

- ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΤΙΚΟΥ ΜΕΓΕΘΟΥΣ
- ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΙΜΑ
- ΠΡΟΣΙΤΑ ΣΕ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ
- ΣΤΑΘΕΡΑ ΣΤΟ ΧΡΟΝΟ ΑΝΑΦΟΡΑΣ ΤΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ
- ΔΙΑΦΟΡΕΤΙΚΗ ΑΝΤΙΔΡΑΣΗ ΣΤΟ ΙΔΙΟ ΜΙΓΜΑ ΜΚΤ

### ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΕΣ ΑΓΟΡΕΣ

Δημογραφικά χαρακτηριστικά  
Κοινωνικοοικονομικά χαρακτηριστικά  
Ψυχογραφικά χαρακτηριστικά  
Συχνότητα κατανάλωσης  
Συχνότητα Αγοράς  
Παράγοντες αντίληψης  
Προσήλωση στη Μάρκα  
Προτιμήσεις  
Επιδιωκόμενα οφέλη από τη χρήση

### ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΕΣ ΑΓΟΡΕΣ

Τελική χρήση  
Μέγεθος Αγοράς  
Προδιαγραφές προϊόντος  
Βιομηχανία  
Κώδικας SIC  
Μέγεθος πελατών  
Δομή πελατών  
Ψυχογραφικά  
Γεωγραφικοί παράγοντες

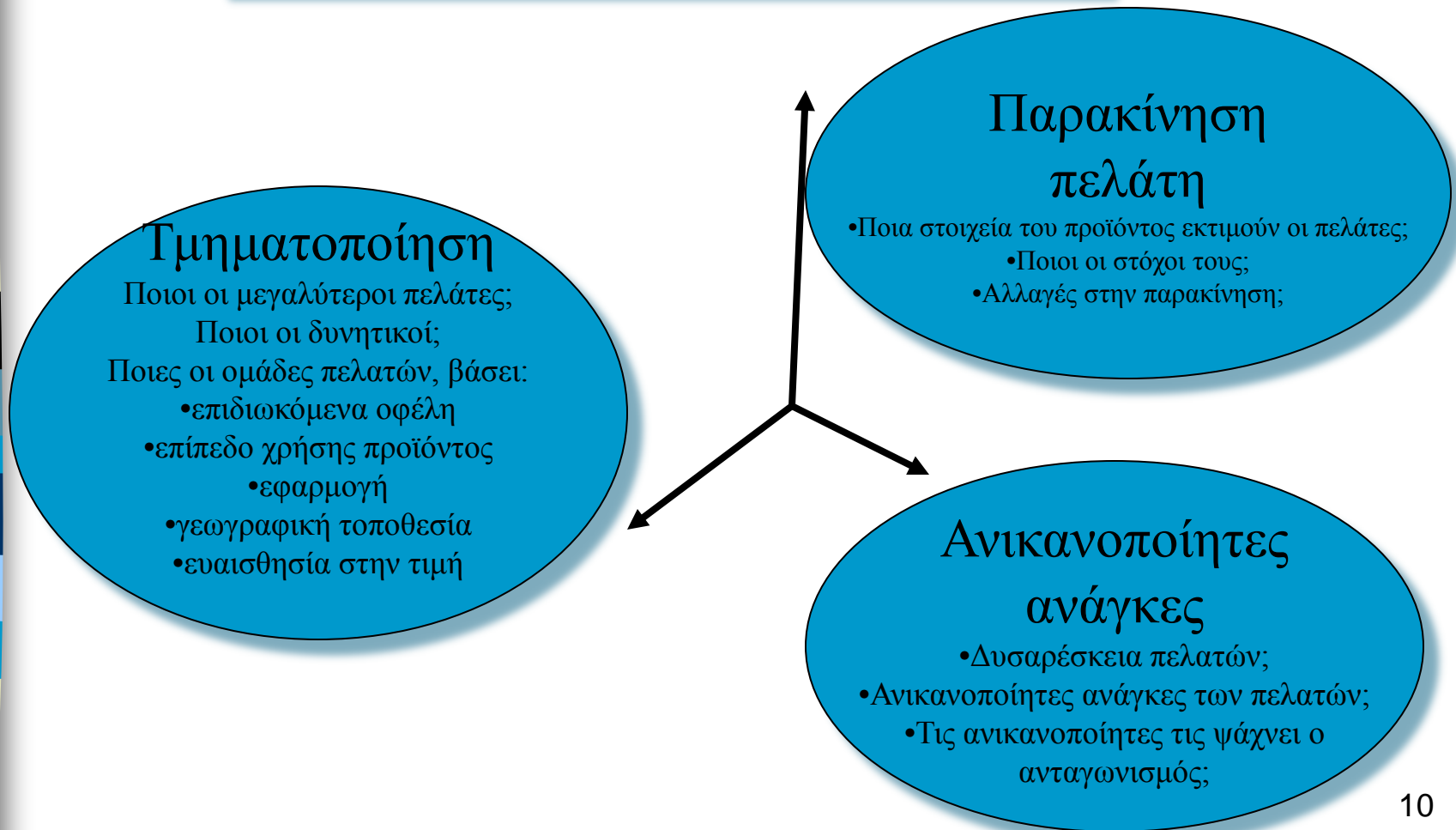


# Η ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΤΟΠΟΘΕΤΗΣΗΣ

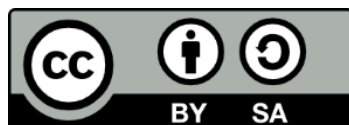
- ΕΝΤΟΠΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΟΡΙΩΝ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ
- ΕΝΤΟΠΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΚΑΘΟΡΙΣΤΙΚΩΝ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΩΝ
- ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΑΝΤΙΛΗΨΕΩΝ ΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ
- ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΘΕΣΗΣ ΤΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ
- ΕΝΤΟΠΙΣΜΟΣ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΩΝ ΘΕΜΑΤΩΝ ΤΟΠΟΘΕΤΗΣΗΣ
- ΦΙΛΤΡΑΡΙΣΜΑ ΤΩΝ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΩΝ ΘΕΜΑΤΩΝ ΜΕ ΒΑΣΗ:
  - ΠΟΣΟ ΛΟΓΙΚΑ ΕΙΝΑΙ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ
  - ΕΚΠΛΗΡΩΣΗ ΥΠΟΣΧΕΣΕΩΝ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ
  - ΔΙΑΤΗΡΗΣΗ ΤΟΠΟΘΕΤΗΣΗΣ
  - ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΟΠΟΘΕΤΗΣΗΣ ΣΤΟΥΣ ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΟΥΣ ΣΤΟΧΟΥΣ
- ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΜΚΤ

# ΜΙΑ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΗ ΠΡΟΤΑΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΛΥΣΗ ΠΕΛΑΤΩΝ

(Aaker D. A. 1995, Strategic Market Management,  
4th edition, John Wiley and Sons Inc., New York)



# Τέλος Ενότητας



Ευρωπαϊκή Ένωση  
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ  
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ