

Μάρκετινγκ Προϊόντων Υψηλής Τεχνολογίας

Καθηγητής Γ. Σιώμκος
Γ. Τσιάμης

Περιβάλλον Αγορών Υ/Τ.

- ⊙ Εισαγωγικά Στοιχεία
- ⊙ Αβεβαιότητα στο Περιβάλλον
- ⊙ Θεμελιώδη Ζητήματα στις Αγορές Υ/Τ.
- ⊙ Προϊοντική Καινοτομικότητα
- ⊙ Ανάπτυξη νέων Προϊόντων
- ⊙ Υποδείγματα Διάχυσης και υιοθέτησης

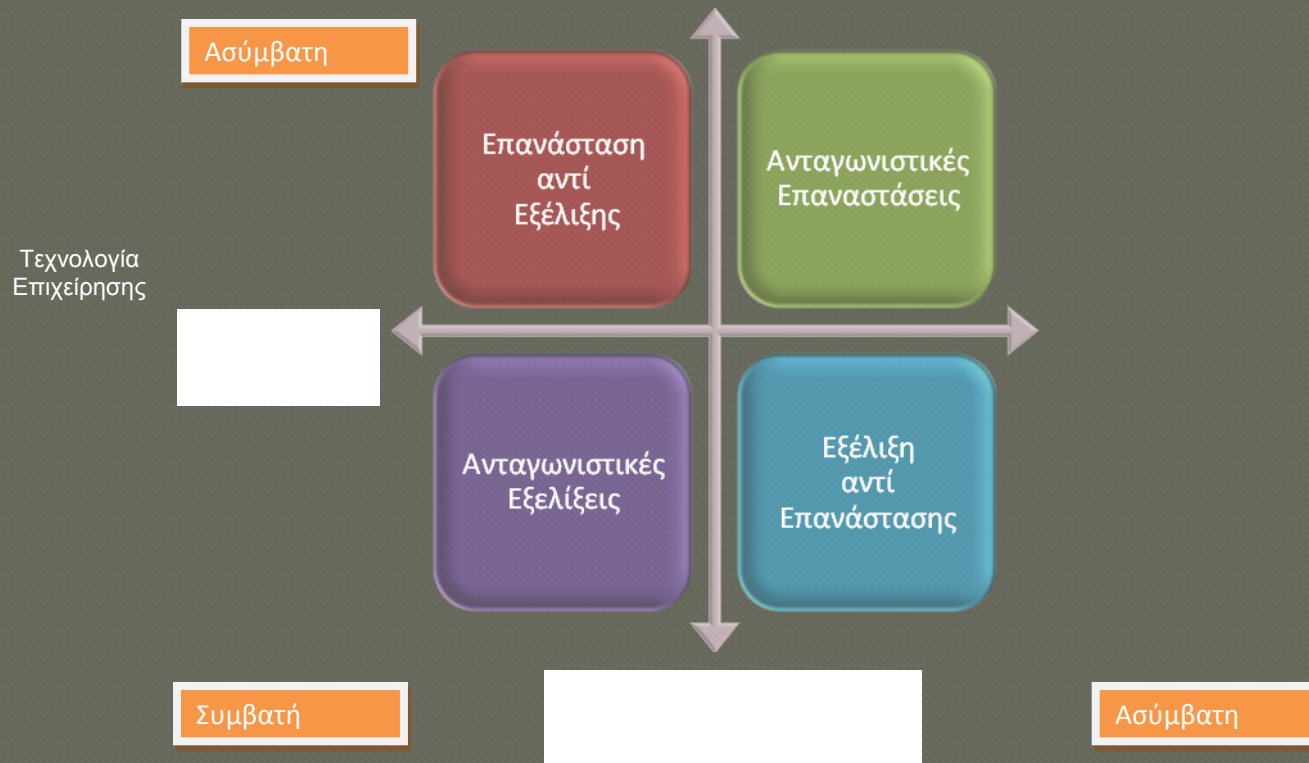
Αβεβαιότητα στο Περιβάλλον

- Αγοραστική Αβεβαιότητα
- Τεχνολογική Αβεβαιότητα
- Διαστάσεις της αγοραστικής και της τεχνολογικής αβεβαιότητας
- Ανταγωνιστική Αβεβαιότητα
- Μοναδικότητα των Τριών Τύπων Αβεβαιότητας

Αγοραστική Αβεβαιότητα

- εκφράζει την αβεβαιότητα σχετικά με τον τύπο και την έκταση των αναγκών μιας ομάδας καταναλωτών οι οποίοι μπορούν να ικανοποιηθούν από μια συγκεκριμένη τεχνολογία
- προέρχεται από την έλλειψη γνώσης σχετικά με το τι επιθυμούν οι πελάτες από τη νέα τεχνολογία
- Υψηλά επίπεδα αυτής της κατηγορίας αβεβαιότητας μπορεί να είναι αποτέλεσμα των ταχύτατων αλλαγών που υφίσταται μια αγορά ή της ανάδυσης μιας νέας αγοράς
- Λόγοι
- **FUD** (Fear, Uncertainty and Doubt) ήτοι **Φόβος, Αβεβαιότητα και Αμφιβολία** από τη μεριά του καταναλωτή σχετικά με το ποιες ανάγκες θα καλυφθούν και ποια προβλήματα θα επιλυθούν από το νέο τεχνολογικό προϊόν καθώς και πόσο κατάλληλα θα εξυπηρετηθούν οι συγκεκριμένες ανάγκες
- Οι καταναλωτικές ανάγκες στο περιβάλλον Υ/Τ αλλάζουν ταχύτατα και, πολλές φορές, απρόβλεπτα
- Κάποιοι από τους λόγους ανησυχίας του καταναλωτή σχετικά με τα προϊόντα Υ/Τ πηγάζουν από την έλλειψη καθιερωμένων τεχνολογικών προτύπων (standards)
- **Υπάρχει αβεβαιότητα** τόσο στους πελάτες όσο και στις ίδιες τις επιχειρήσεις **σχετικά με την ταχύτητα διεύθυνσης της καινοτομίας**
- Σε άμεση συνέχεια του προηγούμενου παράγοντα διαπιστώνεται και η αδυναμία των επιχειρήσεων να προβλέψουν το μέγεθος και τους ρυθμούς ανάπτυξης της αγοράς

Τύποι Πολέμου στις Αγορές Υ/Τ



Τεχνολογία Ανταγωνιστικής Επιχείρησης

Τεχνολογική Αβεβαιότητα

- η άγνοια ή η δυσπιστία πως η συγκεκριμένη τεχνολογία ή η επιχείρηση που την παρέχει είναι ικανή να τηρήσει τις υποσχέσεις της ως προς την κάλυψη συγκεκριμένων αναγκών
- από το βαθμό οικειότητας με μια συγκεκριμένη τεχνολογία ή από το βαθμό αλλαγών στις τεχνολογίες που ενσωματώνονται στα προϊόντα που αναπτύσσονται ή παράγονται από την επιχείρηση
- υψηλή όταν η τεχνολογία είναι νέα ή αλλάζει ταχύτατα
- Εννοιολογικά, η τεχνολογική αβεβαιότητα περιλαμβάνει, επίσης, την αντιληπτή αστάθεια και πολυπλοκότητα της τεχνολογίας καθώς και τη μη δυνατότητα πρόβλεψης σημαντικών και ταχύτατων αλλαγών, όπως, για παράδειγμα, η ξαφνική ανάδειξη νέων και ριζοσπαστικών ευρυζωνικών δικτυακών τεχνολογιών
- Λόγοι
- σαφής φόβος για την ικανότητα του προϊόντος να χαρακτηρίζεται από την αποτελεσματικότητα και τις ικανότητες λειτουργίας που του προσδίδει ο κατασκευαστής του
- Οι παρατάσεις στην ανάπτυξη ενός νέου προϊόντος, ιδιαίτερα όταν παρουσιάζονται ως αναβολές σε εξαγγελίες, καθώς και η εμφάνιση μη προβλεπόμενων επιπτώσεων (side-effects)
- Ανησυχίες του πελάτη για τον προμηθευτή της νέας τεχνολογίας που σχετίζονται με την εξυπηρέτηση (service) και την παρεχόμενη υποστήριξη στους πελάτες του, καθώς και με την ικανότητά του να επιλύσει γρήγορα και αποτελεσματικά όποια προβλήματα παρουσιαστούν
- Ανησυχία σχετικά με την ικανότητα του προϊόντος να συνδράμει στην αύξηση της παραγωγικότητας και να παρέχει κάποιο επιπλέον όφελος στην υφιστάμενη κατάσταση
- Ίσως, όμως, η σημαντικότερη ανησυχία να πηγάζει από τη μη ικανότητα πρόβλεψης του χρόνου ζωής της νέας τεχνολογίας, δηλαδή τον ωφέλιμο χρόνο λειτουργίας πριν απαξιωθεί ή πριν καταστεί απαραίτητη η αντικατάστασή της με νεώτερη τεχνολογική λύση.

Τεχνολογική Αβεβαιότητα



Σημεία Ενίσχυσης Περιβάλλοντος Αβεβαιότητας στα Προϊόντα Υ/Τ έναντι των υπολοίπων

Ο όρος Υ/Τ υπαινίσσεται τεχνολογίες αιχμής και state of the art προϊόντα. Αυτό με τη σειρά του υποδεικνύει ότι το προϊόν είναι νέο στην αγορά, επομένως δεν έχει γίνει ευρύτερα αποδεκτό ότι παρέχει τις λύσεις στα προβλήματα και στις ανάγκες που θεωρείται ότι καλύπτει. Κατά συνέπεια, δεν είναι ευρύτερα γνωστός και κατανοητός ο τρόπος με τον οποίο το προϊόν προσφέρει οφέλη στην αγορά. Επιπλέον, είναι αμφίβολο κατά πόσο η επιχείρηση που προμηθεύει την Υ/Τ κατέχει και τις δομές υποστήριξης για το προϊόν της.

Διαστάσεις της αγοραστικής και της τεχνολογικής αβεβαιότητας

- **Αγοραστική Νεότητα** (market newness): Ο όρος αυτός αναφέρεται στο βαθμό που απαιτούνται νέα δίκτυα διανομής για την παροχή του προϊόντος Υ/Τ σε μη οικείες προς αυτό αγορές. Ένα μη οικείο περιβάλλον αγοράς συνοδεύεται συνήθως από πολλές αβεβαιότητες, όπως προϊοντικές απαιτήσεις, ανάγκες χρηστών, λύσεις για τη διανομή, υποστήριξη και εξυπηρέτηση πελατών, καθώς απουσιάζει χρήσιμη πληροφόρηση που θα βελτιώσει την προβλεψιμότητα των εξελίξεων στην αγορά.
- **Αγοραστική Διαταραχή** (market turbulence): Ο όρος αυτός αναφέρεται στο ρυθμό αλλαγής στη σύνθεση των αναγκών και προτιμήσεων των πελατών.
- **Τεχνολογική Νεότητα** (technological novelty): Ο όρος αυτός αναφέρεται είτε στο βαθμό που η νέα τεχνολογία ή οι νέες διαδικασίες χρησιμοποιούνται για την ανάπτυξη νέων προϊόντων είτε στο βαθμό οικειότητας των πελατών με μια συγκεκριμένη τεχνολογία. Με τον τρόπο αυτό, η αβεβαιότητα συνδέεται με τη νεωτερικότητα που προσφέρει η τεχνολογία στο προϊόν.
- **Τεχνολογική Διαταραχή** (Technological Turbulence): Ο όρος αυτός αναφέρεται στο ρυθμό της αλλαγής που σχετίζεται με την τεχνολογία που χρησιμοποιείται για την ανάπτυξη νέων προϊόντων σε μια βιομηχανία.

Διαστάσεις της αγοραστικής και της τεχνολογικής αβεβαιότητας

*Πηγές
Αβεβαιότητας*

Τεχνολογία

Αγορά

Τεχνολογική Νεότητα	Τεχνολογική Διαταραχή
Αγοραστική Νεότητα	Αγοραστική Διαταραχή

Νεότητα

Αλλαγή

Προέλευση της Αβεβαιότητας

Ταξινόμηση της Αβεβαιότητας στις Αγορές Υψηλής Τεχνολογίας

Ανταγωνιστική Αβεβαιότητα

- μεταβλητότητα ανταγωνισμού (competitive volatility)
- η ασάφεια που χαρακτηρίζει τον ανταγωνισμό
- Ένα από τα πρώτα προβλήματα που αντιμετωπίζει ο marketing manager της επιχείρησης Υ/Τ αναφέρεται στη διασφάλιση της πιστοποίησης ότι μια τεχνολογία και οι εφαρμογές της, μπορούν να εξελιχθούν σε προϊόντα κατάλληλα για την αγορά που αποσκοπεί να στοχεύσει.
- Αβεβαιότητα σχετικά με το ποιοι μπορεί να είναι οι μελλοντικοί ανταγωνιστές
- Αβεβαιότητα σχετικά με τους κανόνες του ανταγωνισμού, δηλαδή με το ποιες είναι οι ανταγωνιστικές στρατηγικές και τακτικές
- Αβεβαιότητα σχετικά με τον ανταγωνισμό στην ίδια κατηγορία προϊόντος καθώς και σε όμορες προϊοντικές ομάδες (δημιουργική καταστροφή)

Μοναδικότητα των Τριών Τύπων Αβεβαιότητας

- Η ύπαρξη των τριών κοινών χαρακτηριστικών, δηλαδή η αβεβαιότητα της αγοράς, η αβεβαιότητα της τεχνολογίας καθώς και η ανταγωνιστική μεταβλητότητα χρησιμοποιούνται σήμερα άτυπα προκειμένου να καθοριστεί αν μια επιχείρηση ανήκει ή όχι στο χώρο της Υ/Τ.
- Μειονεκτήματα
- η ύπαρξη των τριών χαρακτηριστικών της αβεβαιότητας της αγοράς, της τεχνολογικής αβεβαιότητας και της ανταγωνιστικής μεταβλητότητας, διακρίνεται σχετικά εύκολα
- Οι αβεβαιότητες, όμως, δύσκολα και υποκειμενικά ποσοτικοποιούνται αφού δεν είναι μετρήσιμα μεγέθη. Ταυτόχρονα, υπόκεινται σε υποκειμενικές ερμηνείες.
- εκφάνσεις αυτών των αβεβαιοτήτων υπάρχουν και στις λεγόμενες βιομηχανίες χαμηλής τεχνολογίας (μόδα) αλλά όχι ταυτόχρονα.

Μοναδικότητα των Τριών Τύπων Αβεβαιότητας



Ευχαριστούμε για την Προσοχή σας