

# Αρχές Μάρκετινγκ

Ενότητα # 1: Εισαγωγή

Διδάσκων: Γεώργιος Πανηγυράκης

Τμήμα: Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων



Ευρωπαϊκή Ένωση  
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ & ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ, ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ & ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ  
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



# Χρηματοδότηση

- Το παρόν εκπαιδευτικό υλικό έχει αναπτυχθεί στα πλαίσια του εκπαιδευτικού έργου του διδάσκοντα.
- Το έργο «**Ανοικτά Ακαδημαϊκά Μαθήματα στο Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών**» 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



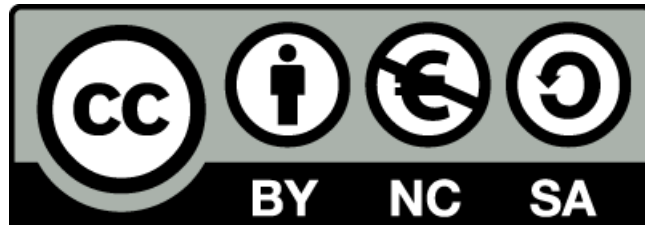
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ & ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ, ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ & ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ  
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



# Άδειες Χρήσης

- Το παρόν εκπαιδευτικό υλικό υπόκειται σε άδειες χρήσης Creative Commons.
- Κάτω από κάθε εικόνα παρέχεται ο σύνδεσμός της και στην εκάστοτε σελίδα ανήκουν και τα πνευματικά δικαιώματά της.



# Σκοποί ενότητας

1. Να κατανοήσουν την φιλοσοφία του μάρκετινγκ και το τι αυτή περιλαμβάνει και συνεπάγεται.
2. Να γνωρίζουν τι περιέχει ο σχεδιασμός μάρκετινγκ
3. Να αναγνωρίζουν τα οφέλη του στοχευμένου μάρκετινγκ.
4. Να διαχωρίζουν τι αποφάσεις συνεπάγεται καθένα από τα 4 P του μίγματος μάρκετινγκ.
5. Να καταλάβουν τι περιλαμβάνει η λειτουργία μάρκετινγκ και πως αυτή συνδέεται με τις άλλες λειτουργίες της επιχείρησης.

# Περιεχόμενα ενότητας

- φιλοσοφία μάρκετινγκ
- σχεδιασμός στρατηγικής μάρκετινγκ
- στοχευμένο μάρκετινγκ
- 4P's
- λειτουργία μάρκετινγκ

**Μάθημα:** Αρχές Μάρκετινγκ, **Ενότητα # 1:** Εισαγωγή

**Διδάσκων:** Γεώργιος Πανηγυράκης, **Τμήμα:** Οργάνωσης και Διοίκησης  
Επιχειρήσεων

# ΕΙΣΑΓΩΓΗ



Ευρωπαϊκή Ένωση  
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης





# Περιεχόμενα

1. Τι είναι το Μάρκετινγκ;
2. Η φιλοσοφία μάρκετινγκ (The marketing concept)
3. Σχεδιασμός στρατηγικής μάρκετινγκ (Marketing strategy planning)
4. Στοχευμένο VS. Μαζικό μάρκετινγκ (Target vs. mass marketing)
5. Τα 4P's
6. Η λειτουργία μάρκετινγκ



# Ο ρόλος του Μάρκετινγκ σε ένα Διεθνοποιημένο Περιβάλλον

1. Τι είναι το Μάρκετινγκ;

2. Η φιλοσοφία μάρκετινγκ-  
(The marketing concept)

3. Σχεδιασμός στρατηγικής μάρκετινγκ  
(Marketing strategy planning)

4. Στοχευμένο VS. Μαζικό μάρκετινγκ  
(Target vs. mass marketing)

5. Τα 4P's

6. Η λειτουργία μάρκετινγκ



# ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ (ΜΑΡΚΕΤΙΝΓ) ?????

**ΠΩΛΗΣΕΙΣ ;**

**ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ;**

**ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ;**

**ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗ ;**

# Τι είναι το MARKETING ;;;



**Born  
consume  
die**

**I shop  
therefore  
I exist**



SONY



Canon



PLAYBOY



Mercedes-Benz



# 1. Τι είναι μάρκετινγκ;



- ◆ Διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στην κοινωνία
- ◆ Έχει ζωτική σημασία για την επιβίωση, κερδοφορία και ανάπτυξη των επιχειρήσεων
- ◆ Παρέχει ευκαιρίες απασχόλησης
- ◆ Επηρεάζει την καθημερινή ζωή
- ◆ Το 80/100 των νέων στελεχών
- αποτυγχάνουν στη θέση εργασίας τους

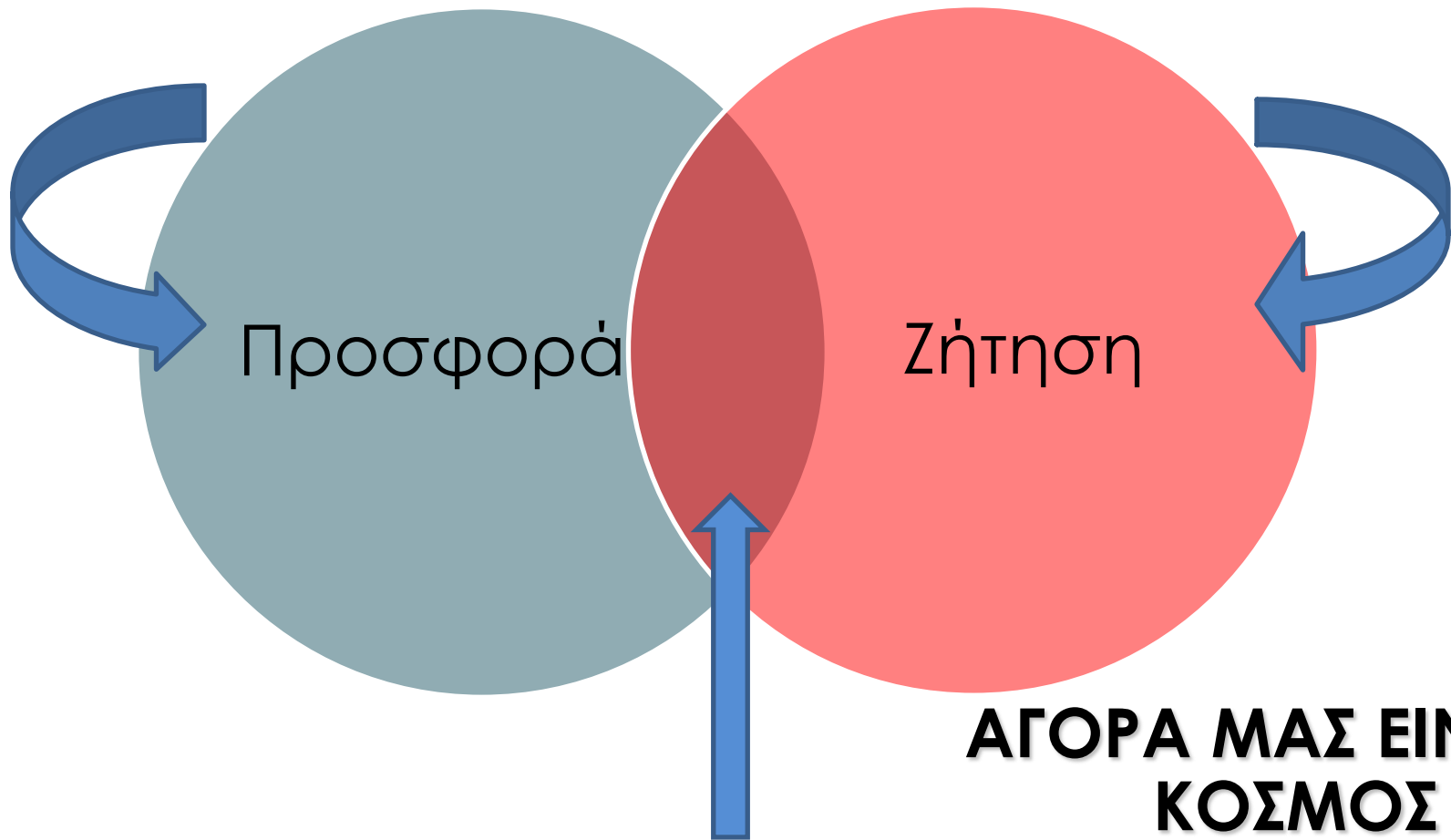
- ◆ Το μισό ή το 1/3 των εργαζομένων συμμετέχει σε δραστηριότητες μάρκετινγκ
- ◆ Είναι ο συντομότερος τρόπος στην ανάδειξη στην κορυφή της διοικητικής πυραμίδας
- ◆ Το μισό από κάθε ευρώ που εισπράτουμε είναι κόστος μάρκετινγκ
- ◆ Είναι σημαντικό για κάθε πελάτη σε κάθε θέση εργασίας
- ◆ Επηρεάζει το νεωτερισμό και το επίπεδο ζωής

Τι είναι το μάρκετινγκ ;





# Η Φιλοσοφία της Ανταλλαγής



**Χώρος Μάρκετινγκ**

**ΑΓΟΡΑ ΜΑΣ ΕΙΝΑΙ Ο  
ΚΟΣΜΟΣ**

# Το Marketing καλύπτει το κενό! κενό!



**Χθές:  
Ικανοποίηση του πελάτη**



**Σήμερα:  
Πιστότητα του  
πελάτη**



# Μίγμα Μάρκετινγκ...





ΣΕ ΟΛΕΣ ΤΙΣ ΕΠΟΧΕΣ , ΑΠΟ ΤΗ  
ΣΤΙΓΜΗ ΠΟΥ ΑΡΧΙΣΑΝ ΟΙ  
ΑΝΘΡΩΠΟΙ ΤΙΣ ΑΝΤΑΛΛΑΓΕΣ, Η  
ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ  
ΥΠΗΡΧΕ



**“MAN IS AN ANIMAL THAT MAKES BARGAIN;  
NO OTHER ANIMAL DOES THIS  
- ONE DOG DOES NOT EXCHANGE A BONE WITH  
ANOTHER”**

**Adam Smith (1723-1790)**



# Το σύγχρονο μάρκετινγκ περιλαμβάνει....

**Εξαγωγές**

**Έρευνα  
Αγοράς**

**Διαφήμιση  
Επικοινωνία**

**Διοίκηση  
Υπηρεσιών**

**Διοίκηση  
Διανομής**

**Διοίκηση  
Επώνυμων  
προϊόντων**

**Ανάπτυξη  
προϊόντων**

**Χονδρεμπόριο**

**Πωλήσεις**



Τι είναι λοιπόν το μάρκετινγκ ;



**Όλα αυτά και πολλά  
ακόμα...**

**Δες τα υλικά  
του κοινωνικού καθρέφτη!**

Πελάτης – Πολίτης - Καταναλωτής

Περιβάλλον

Περιβάλλον

Επιχείρηση

Περιβάλλον

Ανταγωνισμός

**SWOT**

Ανάλυση PEST  
Πολιτικό, Οικονομικό,  
Κοινωνικό, Τεχνολογικό

# Σημαντικότερες Αγορές

Αγορές Καταναλωτών



Παγκόσμιες Αγορές



Αγορές Επιχειρήσεων



Μη κερδοσκοπικές/Κυβερνητικές Αγορές



# Επέκταση του Μάρκετινγκ σε μη παραδοσιακούς κλάδους

Marketing σε μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς

Προσώπων -  
Person  
Marketing

Τοποθεσιών -  
Place Marketing

Σκοπών - Cause  
Marketing

Γεγονότων -  
Event Marketing

Διοίκησης  
Αντιλήψεων

## 2. Η φιλοσοφία μάρκετινγκ (The marketing concept)



# Οι αρχές της φιλοσοφίας – παιδείας μάρκετινγκ

<b>Φιλοσοφία</b>	<b>Βασικές αρχές</b>
<b>Παραγωγή</b>	<b>Επικέντρωση στην αποτελεσματικότητα των εσωτερικών λειτουργιών</b>
<b>Πωλήσεις</b>	<b>Επικέντρωση σε επιθετικές τεχνικές για την υπερκέραση των αντιστάσεων του αγοραστή</b>
<b>Αγορά</b>	<b>Επικέντρωση στις ανάγκες και τις επιθυμίες των πελατών</b>
<b>Κοινωνία</b>	<b>Επικέντρωση στην ικανοποίηση των αναγκών των πελατών ενισχύοντας ταυτόχρονα το κοινωνικό όφελος</b>

# Το αντικείμενο της ανταλλαγής

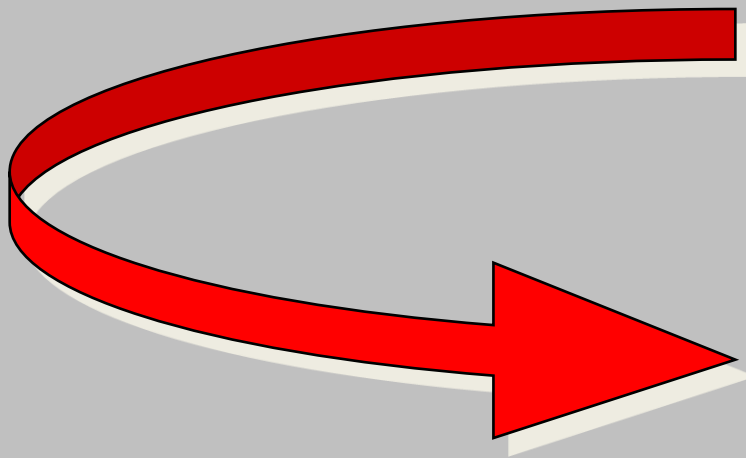
**Η ιδέα ότι οι άνθρωποι  
ανταλλάσσουν κάτι για να  
λάβουν κάτι καλύτερο**



# Τι είναι το μάρκετινγκ ;

*Η Φιλοσοφία της ανταλλαγής που αποβλέπει στην αύξηση της κοινωνικής παραγωγικότητας*

*Με προϊόντα, υπηρεσίες, ιδέες*





# Ο Ορισμός του Kotler...

Η Τέχνη και Επιστήμη του να  
• επιλέγεις αγορές στόχους  
και να προσελκύεις, να διατηρείς και  
να αναπτύσσεις πελάτες .....

μέσα από τη δημιουργία, την  
προσφορά και την επικοινωνία  
ανώτερης αξίας για τον πελάτη

# Και πού εφαρμόζεται...



Προϊόντα



Υπηρεσίες



Γεγονότα και εμπειρίες



Οργανισμούς



Πληροφορίες



Τοποθεσίες και ακίνητα



Πρόσωπα



Ιδέες

# Και αποσκοπεί στη:

- δημιουργία, επικοινωνία και παράδοση αξίας στους πελάτες και
- τη διοίκηση των σχέσεων μαζί τους,

...με τρόπους που **αμοιβαία ωφελούν** την επιχείρηση και όλες τις εμπλεκόμενες ομάδες που έχουν ενδιαφέρον (stakeholders).

# Ορισμός του Μάρκετινγκ

- Το Μάρκετινγκ περιλαμβάνει την ίδια τη φιλοσοφία της ανταλλαγής, που αποσκοπεί στη δημιουργία, επικοινωνία και παράδοση αξίας στους πελάτες όπως και τη διοίκηση των σχέσεων μαζί τους, με τρόπους που αμοιβαία ωφελούν την επιχείρηση και όλες τις εμπλεκόμενες ομάδες που έχουν ενδιαφέρον.

**Τι είναι η αγορά και ποιους  
τύπους αγορών έχουμε;**

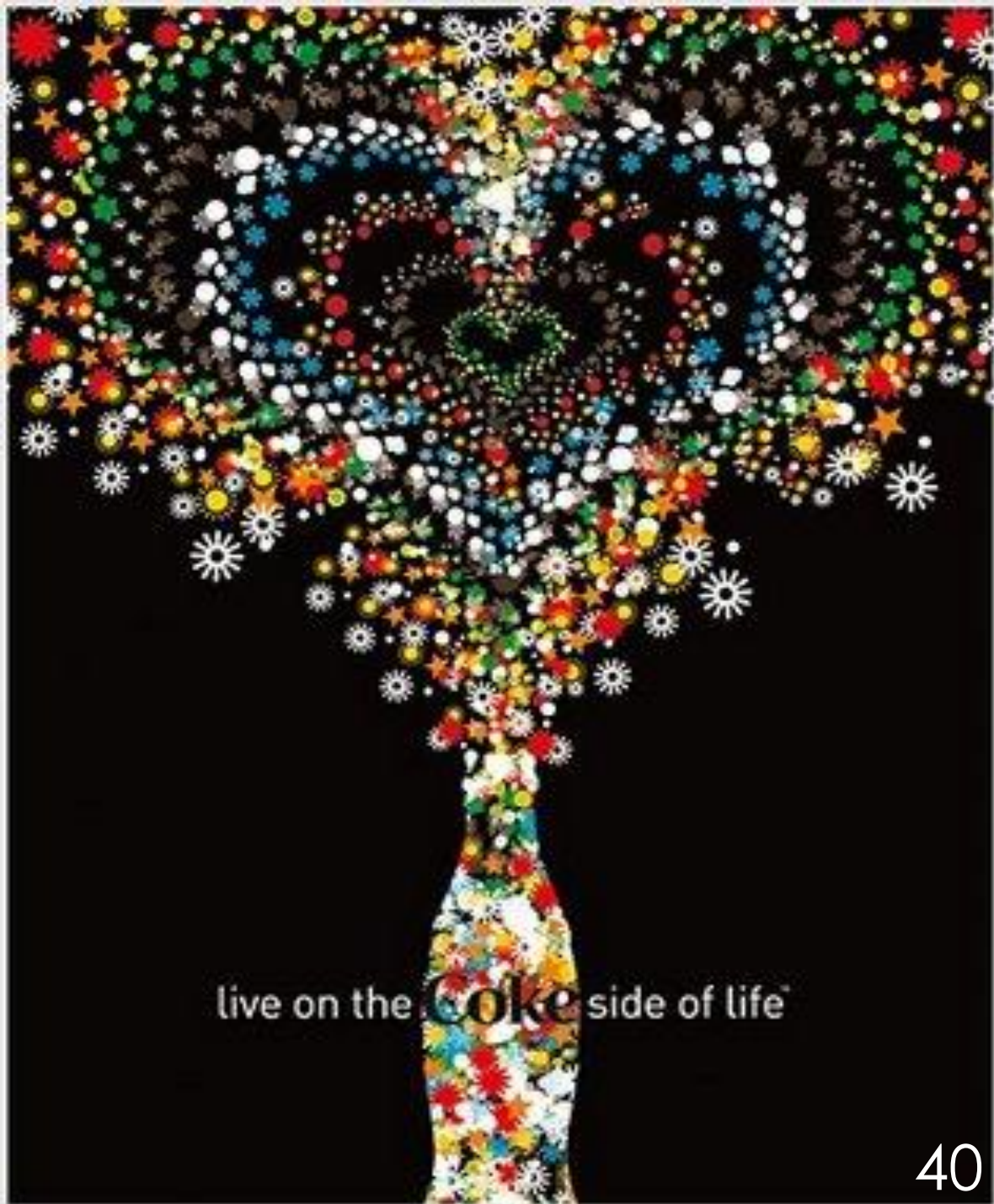
# Τι είναι μια αγορά;

**Αγορά (Market place)** είναι ένας φυσικός τόπος στον οποίο συναντούνται οι αγοραστές και οι πωλητές για να ανταλλάσσουν προϊόντα και υπηρεσίες



illusion  
of  
choice...





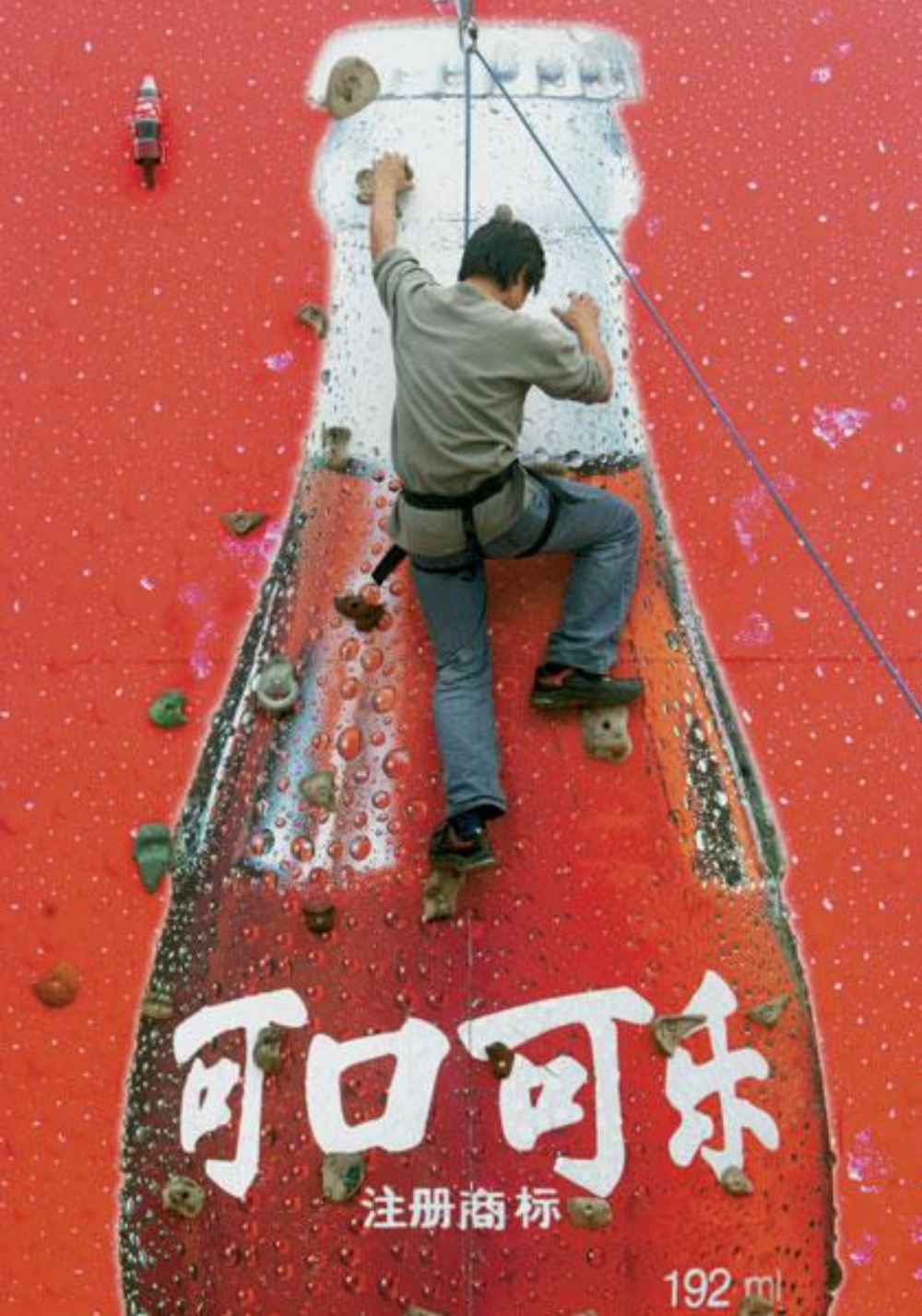




2005 ★ 2005

*Coca-Cola*





# Μια αιρετική άποψη .....



**Οι πελάτες δεν  
χρειάζονται  
πολλές επιλογές**



## Υπάρχουσες εντυπώσεις

- Εντύπωση επιλογής
- Εντύπωση  
επικοινωνίας
- Εντύπωση συμμετοχής
- Εντύπωση δημοκρατίας
- Εντύπωση ύπαρξης





Πωλητής τόνου, ελληνικός κρατήρας 4 αι. π.Χ.









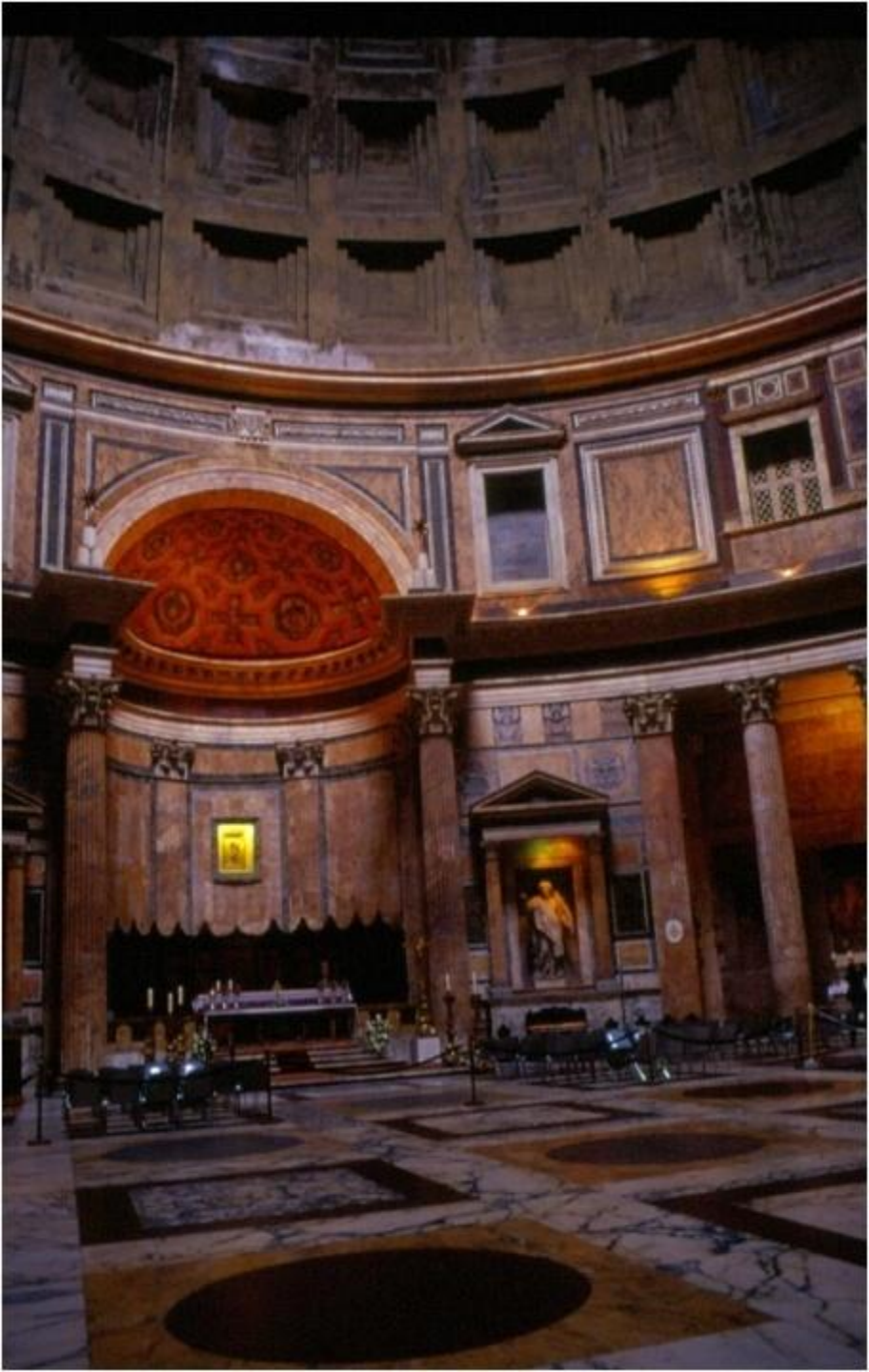
PARLIAMON - RESTAURATION

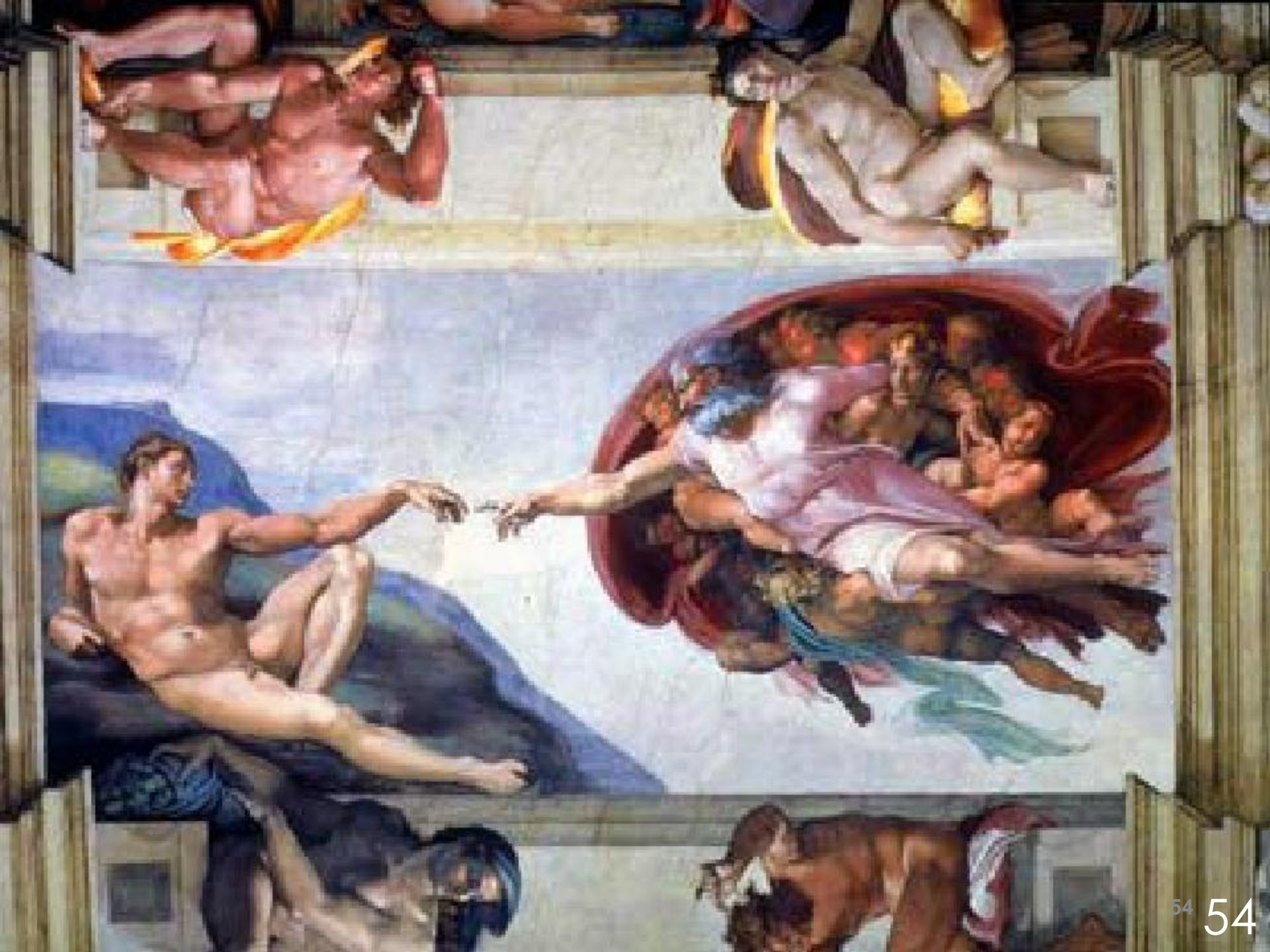


1891















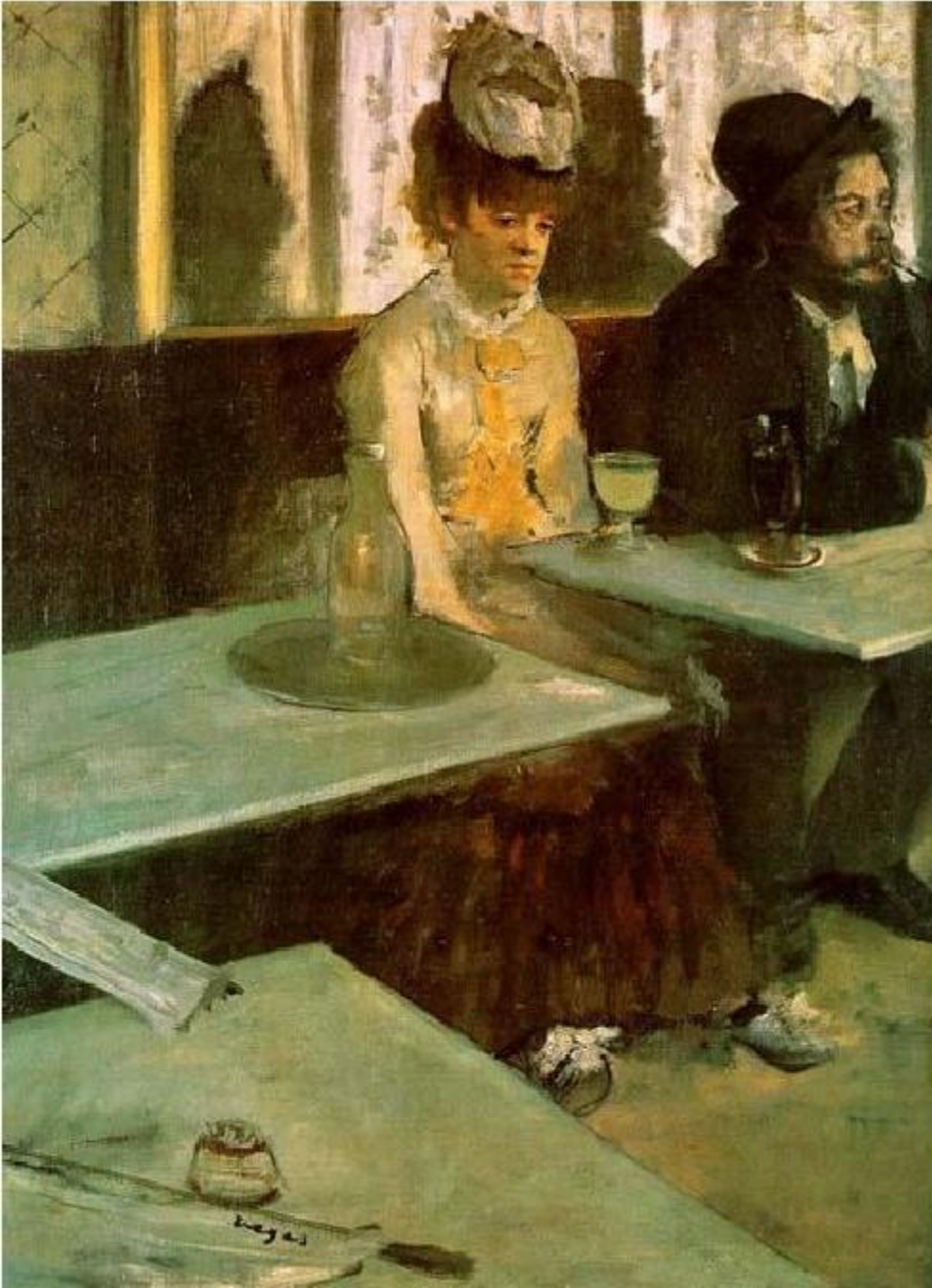




- Store Atmospherics -  
Ατμόσφαιρα  
καταστήματος

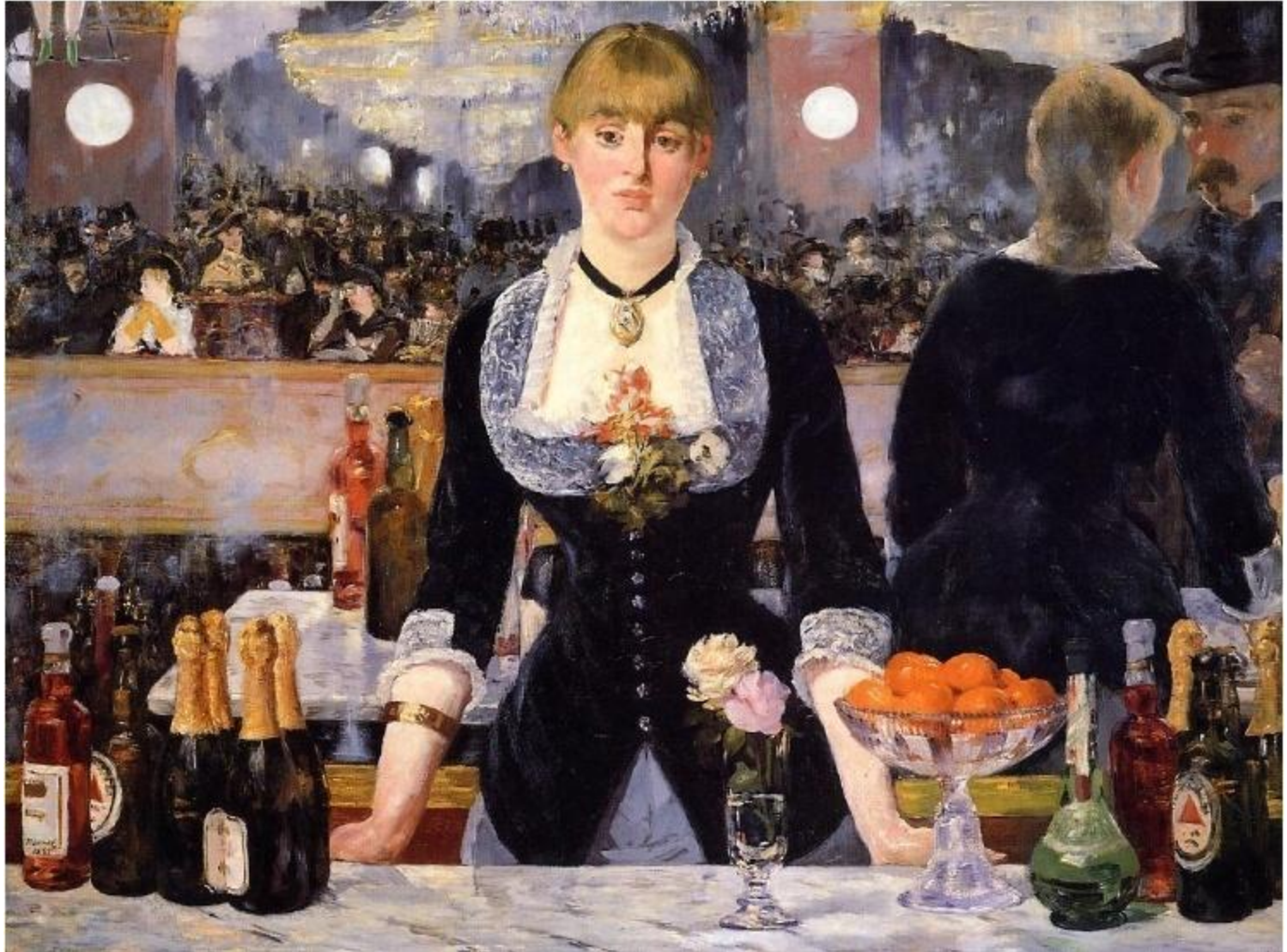
- Φυσικά χαρακτηριστικά και άυλη υποστήριξη που προσελκύει πελάτες και ικανοποιούν τις ανάγκες των πελατών





Degas, *L'absinthe*  
1876

E. Manet, *The bar at the Folies Bergeres*, 1882



Henri de Toulouse-Lautrec, *At the Moulin Rouge*, 1892-1895.











# Atmospherics











Το μέλλον δεν είναι πλέον  
μπροστά μας.

**Είναι ήδη γύρω μας.**

Δυστυχώς,  
πραγματοποιείται χωρίς  
ισότητα σε άτομα,  
επιχειρήσεις, κλάδους και  
κράτη.





**Marketing ...  
not Societing**

# 3. Σχεδιασμός στρατηγικής μάρκετινγκ (Marketing strategy planning)



# Σχεδιασμός στρατηγικής μάρκετινγκ

## Πελάτες

Ανάγκες και άλλες  
διαστάσεις  
τμηματοποίησης

## Επιχείρηση

Αποστολή, Στόχοι  
και Πόροι

## Ανταγωνιστές

Υπάρχοντες και  
πιθανοί

# Σχεδιασμός στρατηγικής μάρκετινγκ

**Πελάτες**  
Ανάγκες και άλλες  
διαστάσεις  
τμηματοποίησης



**Επιχείρηση**  
Αποστολή, Στόχοι  
και Πόροι



S.  
W.  
O.  
T.

**Ανταγωνιστές**  
Υπάρχοντες και  
πιθανοί



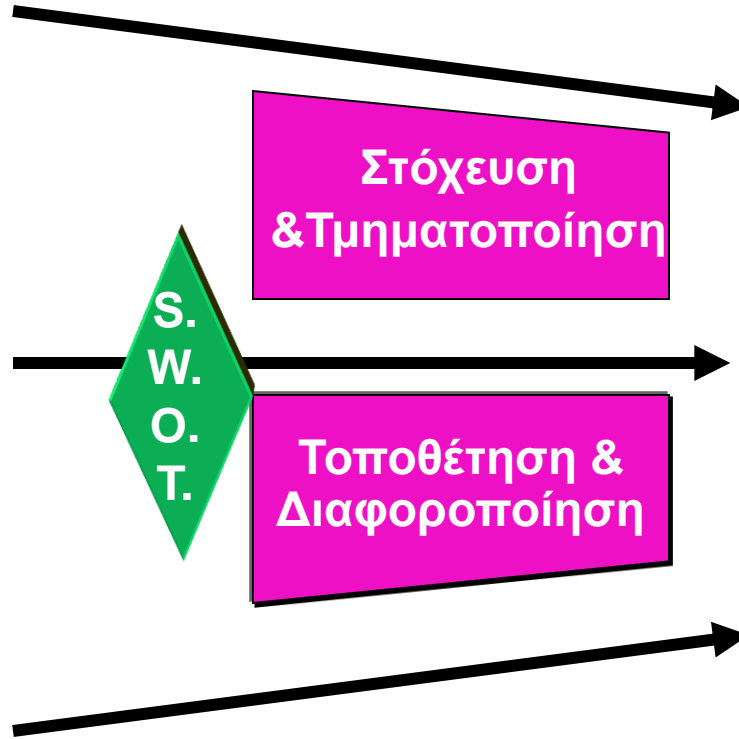
**Εξωτερικό Περιβάλλον Μάρκετινγκ**

# Σχεδιασμός στρατηγικής μάρκετινγκ

**Πελάτες**  
Ανάγκες και άλλες  
διαστάσεις  
τμηματοποίησης

**Επιχείρηση**  
Αποστολή, Στόχοι  
και Πόροι

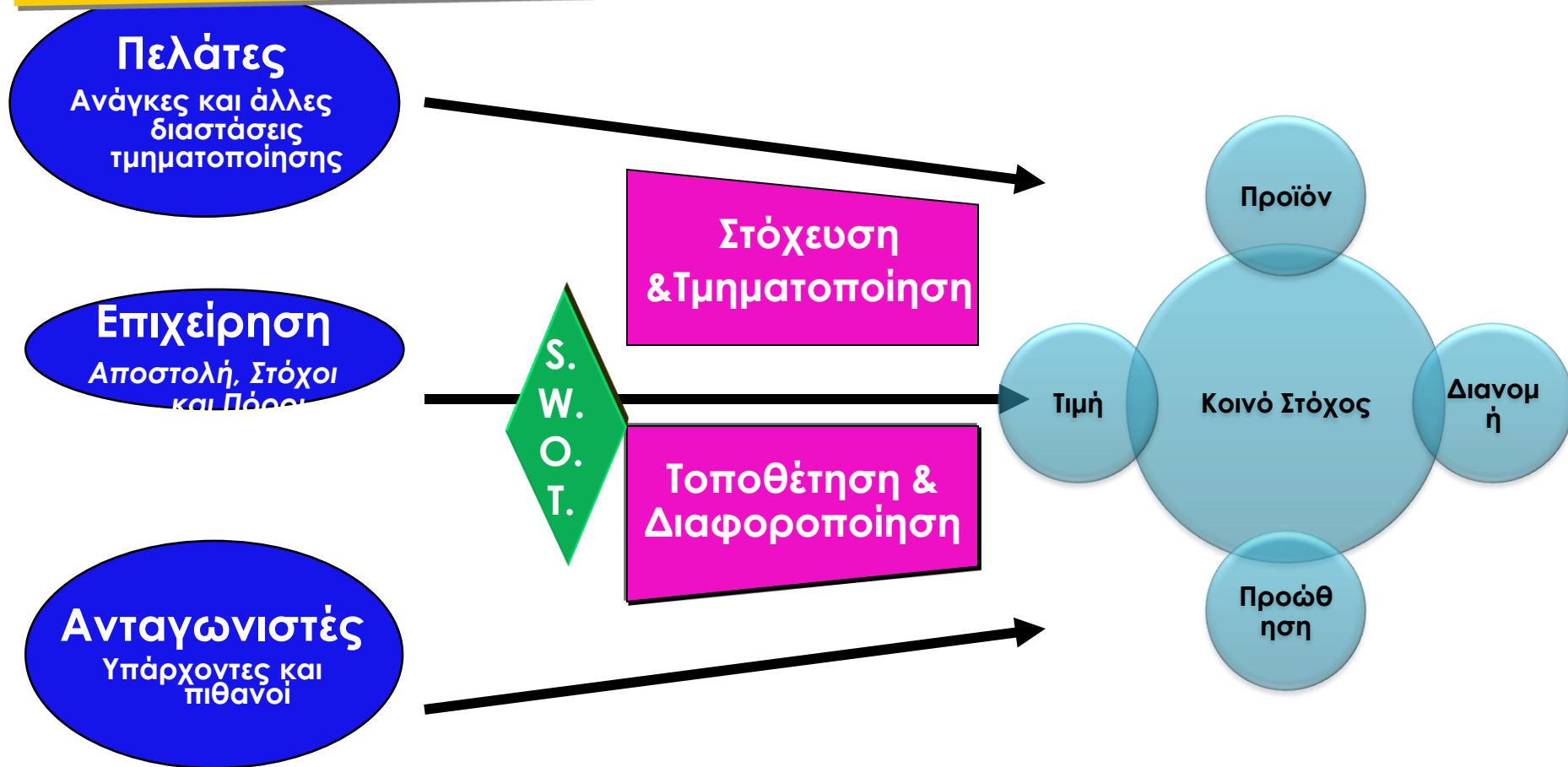
**Ανταγωνιστές**  
Υπάρχοντες και  
πιθανοί



**Εξωτερικό Περιβάλλον Μάρκετινγκ**

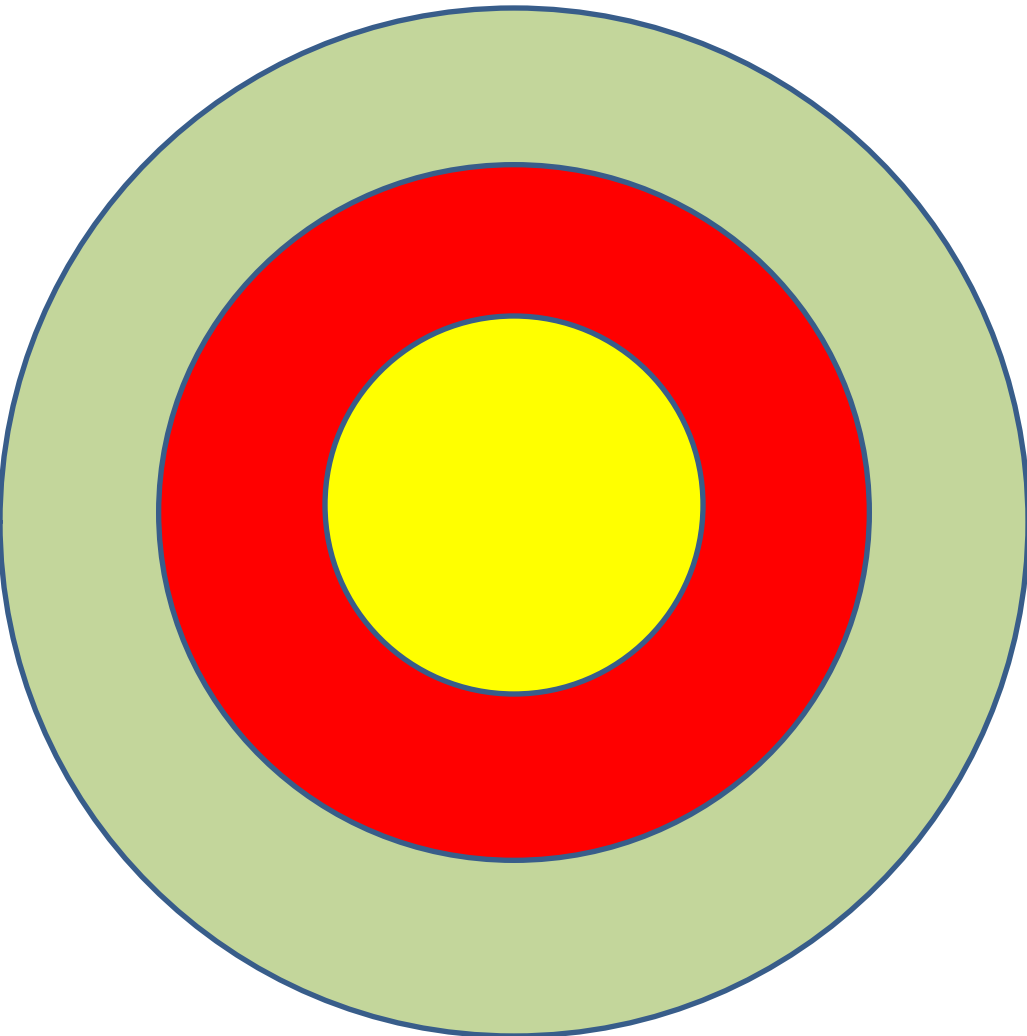
# Σχεδιασμός στρατηγικής μάρκετινγκ

Εφαρμογή συγκεκριμένης στρατηγικής με ποιοτικά και ποσοτικά στοιχεία



Εξωτερικό Περιβάλλον Μάρκετινγκ

# Το περιβάλλον marketing



# ΕΜΠΟΔΙΑ

**Στρατηγικό Μάρκετινγκ**  
Μακροχρόνια  
Προοπτική

ΑΝΘΡΩΠΟΙ

ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ

ΤΜΗΜΑΤΑ

ΣΤΕΛΕΧΗ

**Τακτικό Μάρκετινγκ**  
Βραχυχρόνια Προοπτική



# Πρόγραμμα δράσης

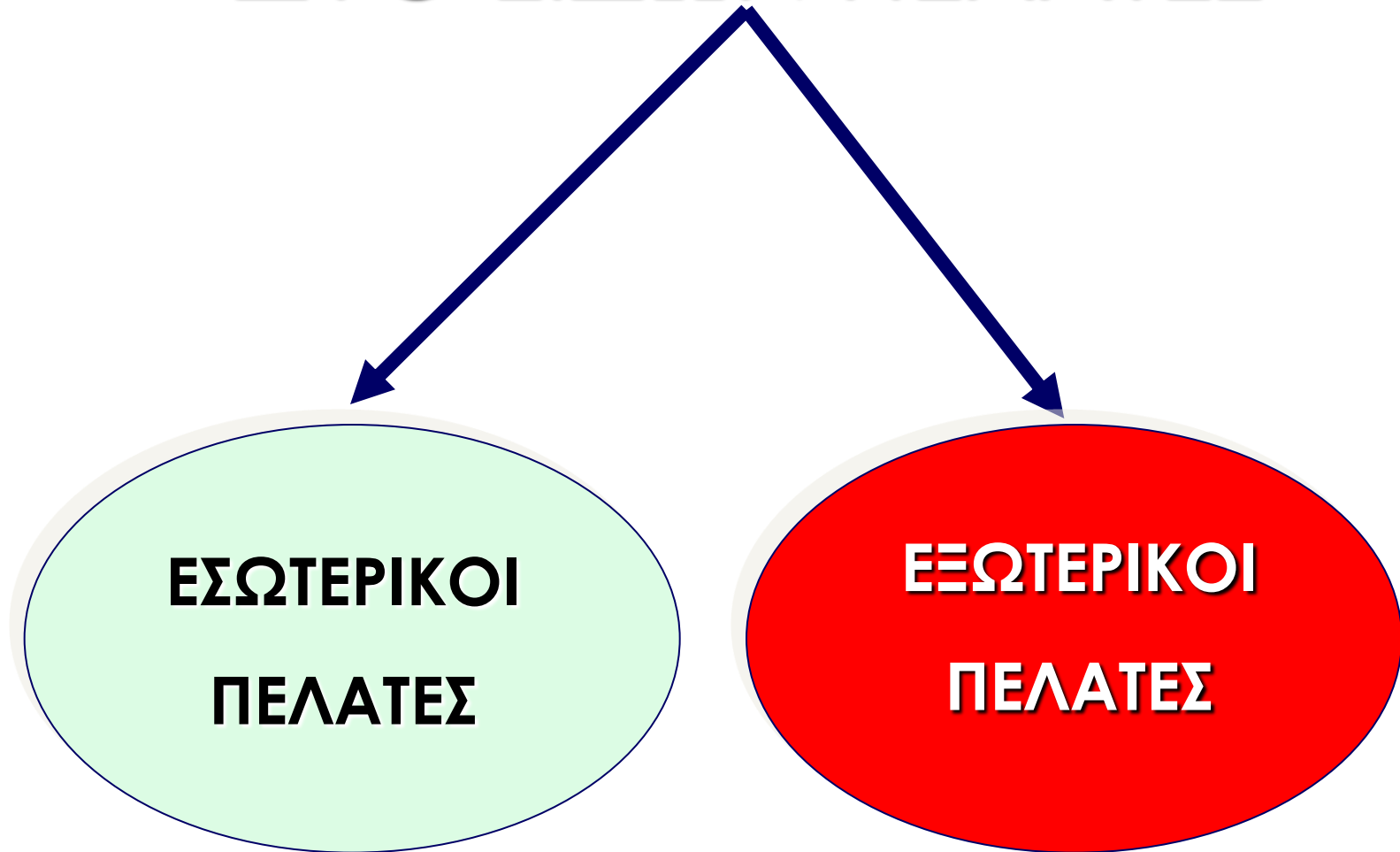
ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟ

ΕΣΩΤΕΡΙΚΟ

ΤΑΚΤΙΚΟ



# ΔΥΟ ΕΙΔΩΝ ΠΕΛΑΤΕΣ



# Η ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΣΥΝΕΠΑΓΕΤΑΙ ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΕΣ ΑΛΛΑΓΕΣ



- ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΤΗΣ  
ΑΛΛΑΓΗΣ -  
ΣΥΝΕΧΗΣ ΒΕΛΤΙΩΣΗ

Πελάτης – Πολίτης -  
Καταναλωτής

ΕΣΩΤΕΡΙΚΟ

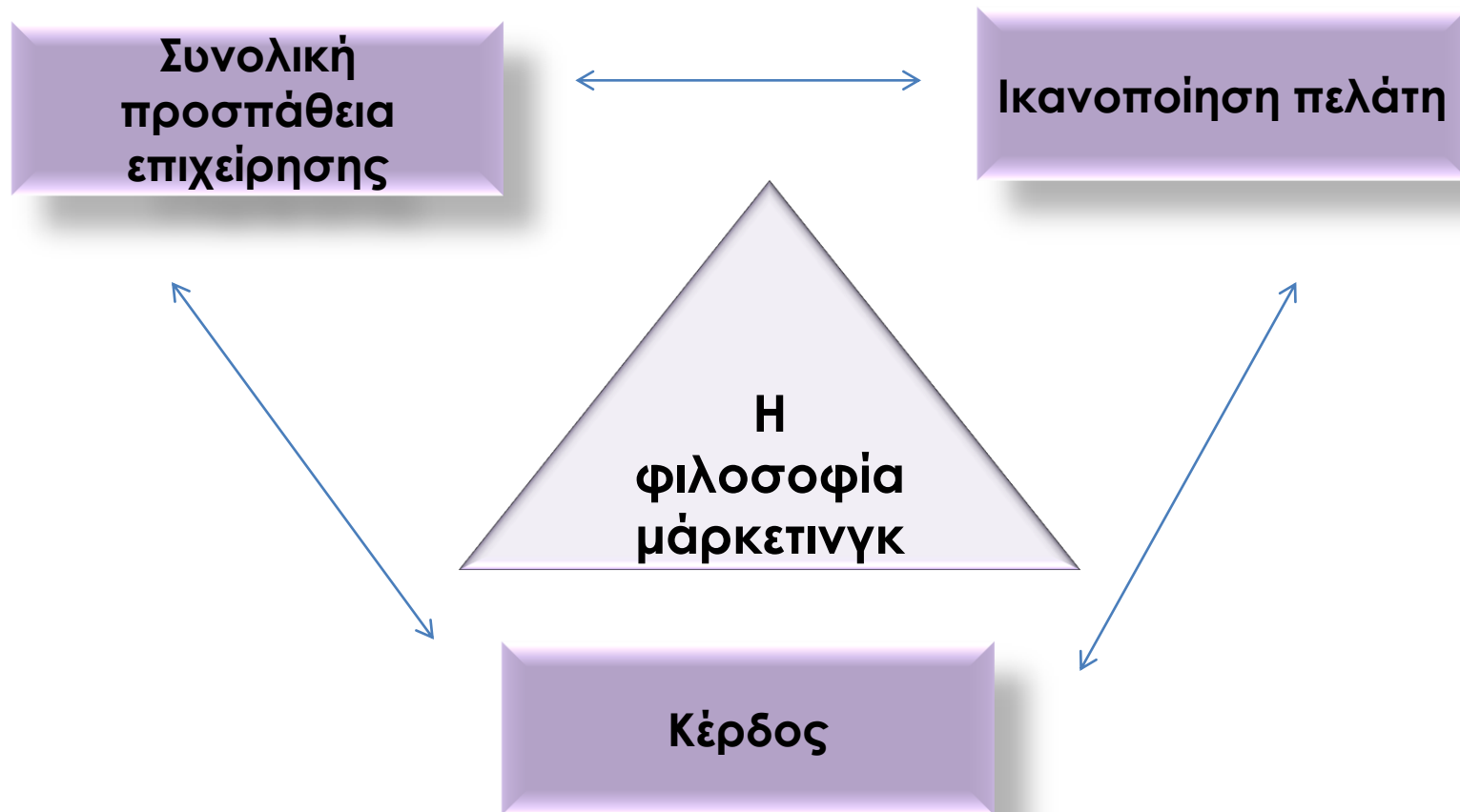
ΤΑΚΤΙΚΟ

Επιχείρηση

Ανταγωνισμός

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟ

# The Marketing Concept



**ΚΕΡΔΟΣ = ΕΙΣΟΔΗΜΑ - ΚΟΣΤΟΣ**

**(Q x P) (F.C + V.C)**



**ΞΕΧΩΡΙΣΕ ΚΟΣΤΟΣ  
ΑΠΟ ΕΠΕΝΔΥΣΗ**



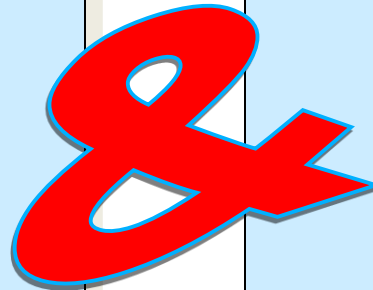
# Επομένως το μάρκετινγκ είναι...

**Μια φιλοσοφία**

**Μια προδιάθεση**

**Μια προοπτική**

**“Ένας Διοικητικός  
προσανατολισμός**



**Ένα σύνολο  
δραστηριοτήτων  
που  
περιλαμβάνουν:**

**Προϊόντα**

**Τιμολόγηση**

**Προώθηση**

**Διανομή**

# 4. Target vs. Mass Marketing







ΤΜΗΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗ

ΔΙΑΦΟΡΟΠΟΙΗΣΗ

ΤΟΠΟΘΕΤΗΣΗ

# Τμηματοποίηση & Στόχευση

## Τμηματοποίηση Πελατών

Χωρίστε την αγορά σε τμήματα πελατών

#1

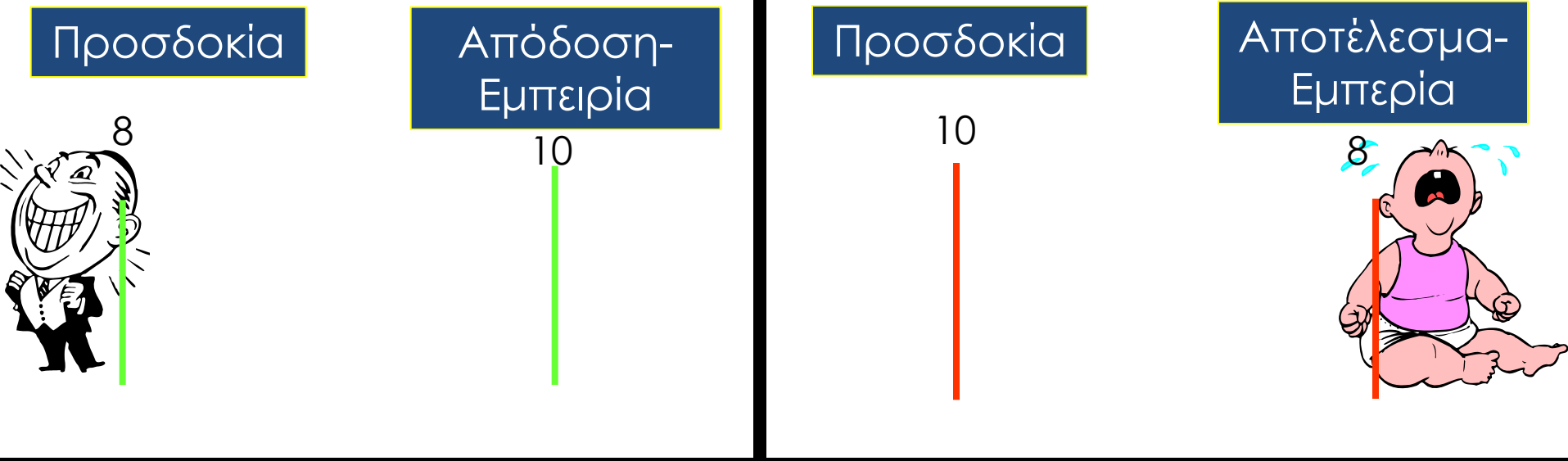
#2



## Στοχευμένο Μάρκετινγκ

Επιλέξτε το κατάλληλο τμήμα

# Αξία και Ικανοποίηση

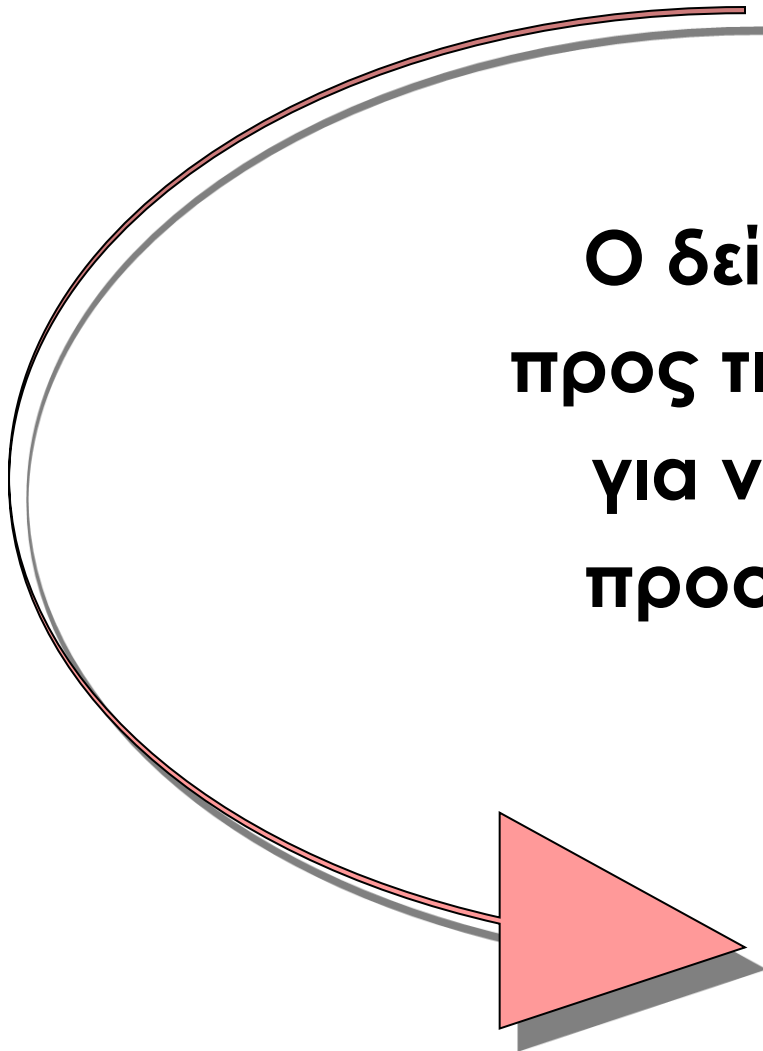


Όταν η απόδοση-εμπειρία είναι χαμηλότερη από τις προσδοκίες, τότε η τελική ικανοποίηση είναι χαμηλή.

Όταν η απόδοση είναι υψηλότερη από τις προσδοκίες τότε η τελική ικανοποίηση είναι χαμηλή.

# Αξία για τους πελάτες

**Ο δείκτης των οφελών  
προς τις αναγκαίες θυσίες  
για να πάρει κανείς τα  
προσφερόμενα οφέλη**



# Προϋποθέσεις αξίας για τους πελάτες

Προσφορά  
ικανοποιητικών  
προϊόντων

Παροχή στους πελάτες  
περισσότερο από ότι  
περιμένουν

Αποφυγή μη  
ρεαλιστικής  
τιμολόγησης

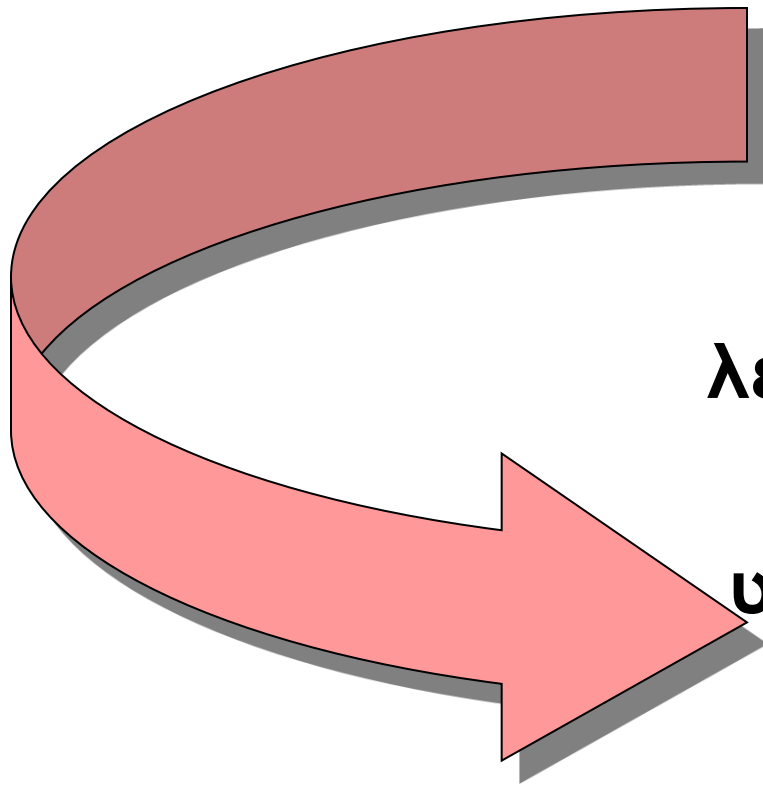
Παροχή των αναγκαίων  
δεδομένων στους  
πελάτες

Επιβάλλει μια δέσμευση  
ολόκληρης της  
επιχείρησης στην  
ικανοποίηση που  
πελάτη καλύτερα από  
τον ανταγωνιστή

# Ιεράρχηση Αναγκών κατά Maslow



# Ικανοποίηση του πελάτη



**Το συναίσθημα ότι τα  
λεφτά του πιάνουν τόπο. Το  
προϊόν εκπληρώνει και  
υπερβαίνει τις προσδοκίες  
των πελατών.**

# Τι είναι το Μάρκετινγκ;

***“Marketing is too important  
to be left to the  
marketing department.”***

**David Packard  
Hewlett-Packard**



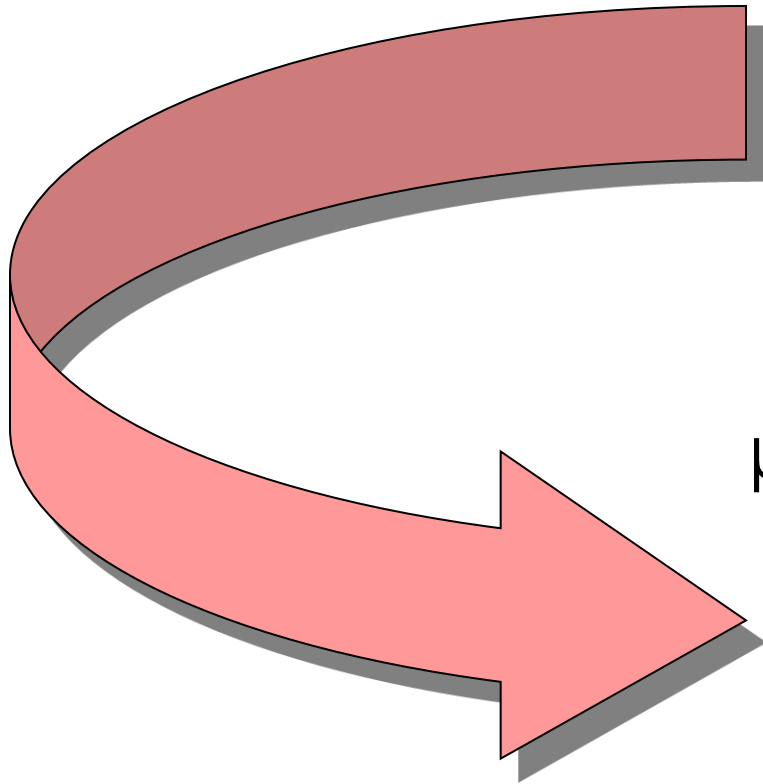
**Marketing = Managing Profitable  
Customer Relationships**

# Διατήρηση της ικανοποίησης των πελατών

- ◆ Εκπλήρωση και υπέρβαση των προσδοκιών των καταναλωτών
- ◆ Επικέντρωση στην συνεχή ικανοποίηση των πελατών
- ◆ Παροχή λύσεων στα προβλήματα του πελάτη



# Το Μάρκετινγκ των Διαχρονικών Σχέσεων (Relationship Marketing)



Η στρατηγική που εμπειριέχει την πραγματοποίηση μιας μακροχρόνιας και αμοιβαίας σχέσης με τους πελάτες, τελικούς και εμπορικούς.

# Η σημασία του Relationship Marketing

Η προσέλκυση ενός νέου πελάτη μπορεί να κοστίζει δέκα φορές περισσότερο από τη συγκράτηση ενός παλιού πελάτη



# Ενίσχυση μακροχρόνιων σχέσεων

Προσωπικό που  
προσανατολίζεται  
από την πελατεία

Ανάπτυξη  
αποτελεσματικών  
προγραμμάτων  
εκπαίδευσης

Παροχή στο  
προσωπικό της  
αναγκαίας  
εξουσίας

Ομαδική εργασία

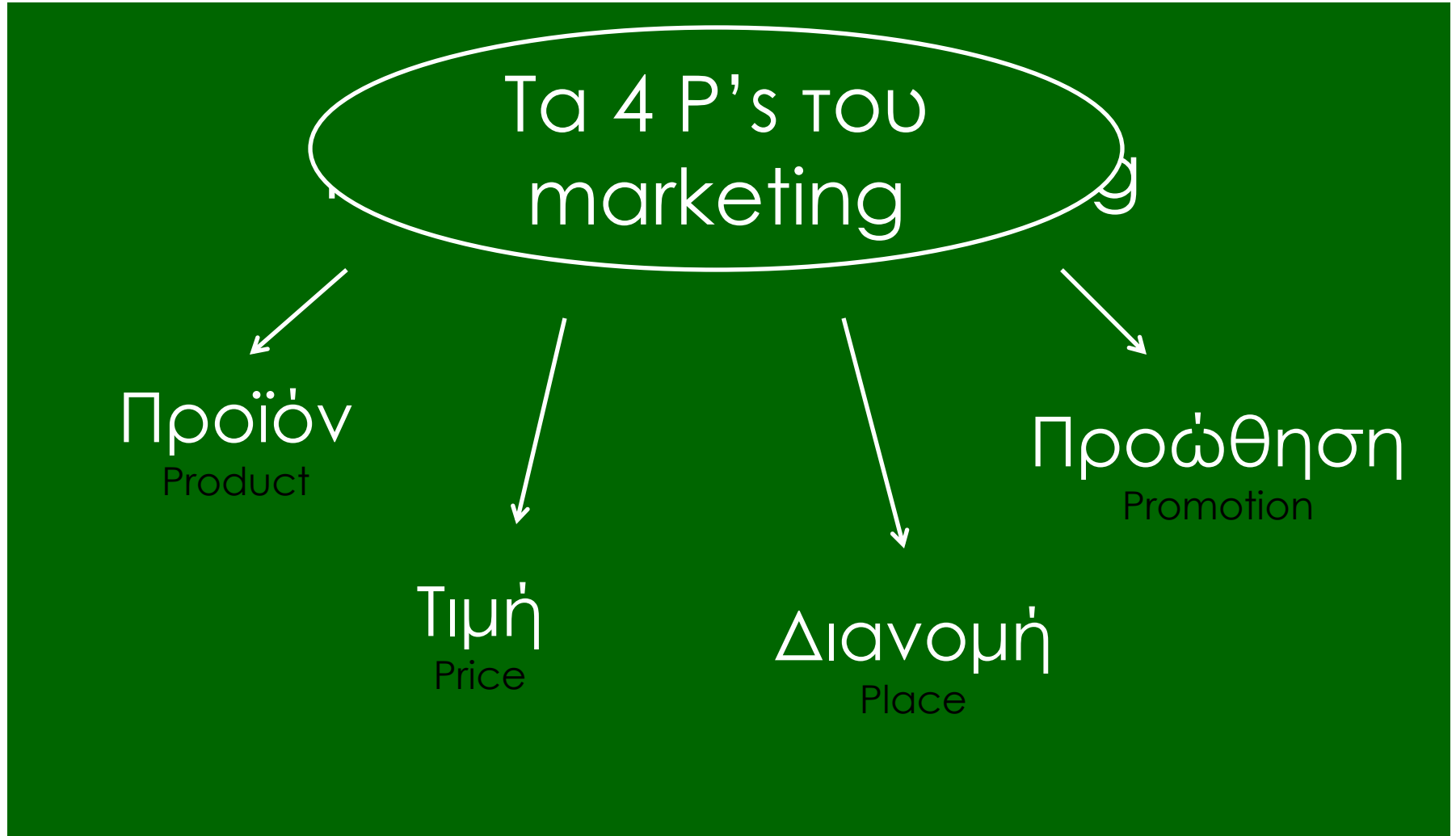
# 5. Ta 4 P's



# Μίγμα Μάρκετινγκ

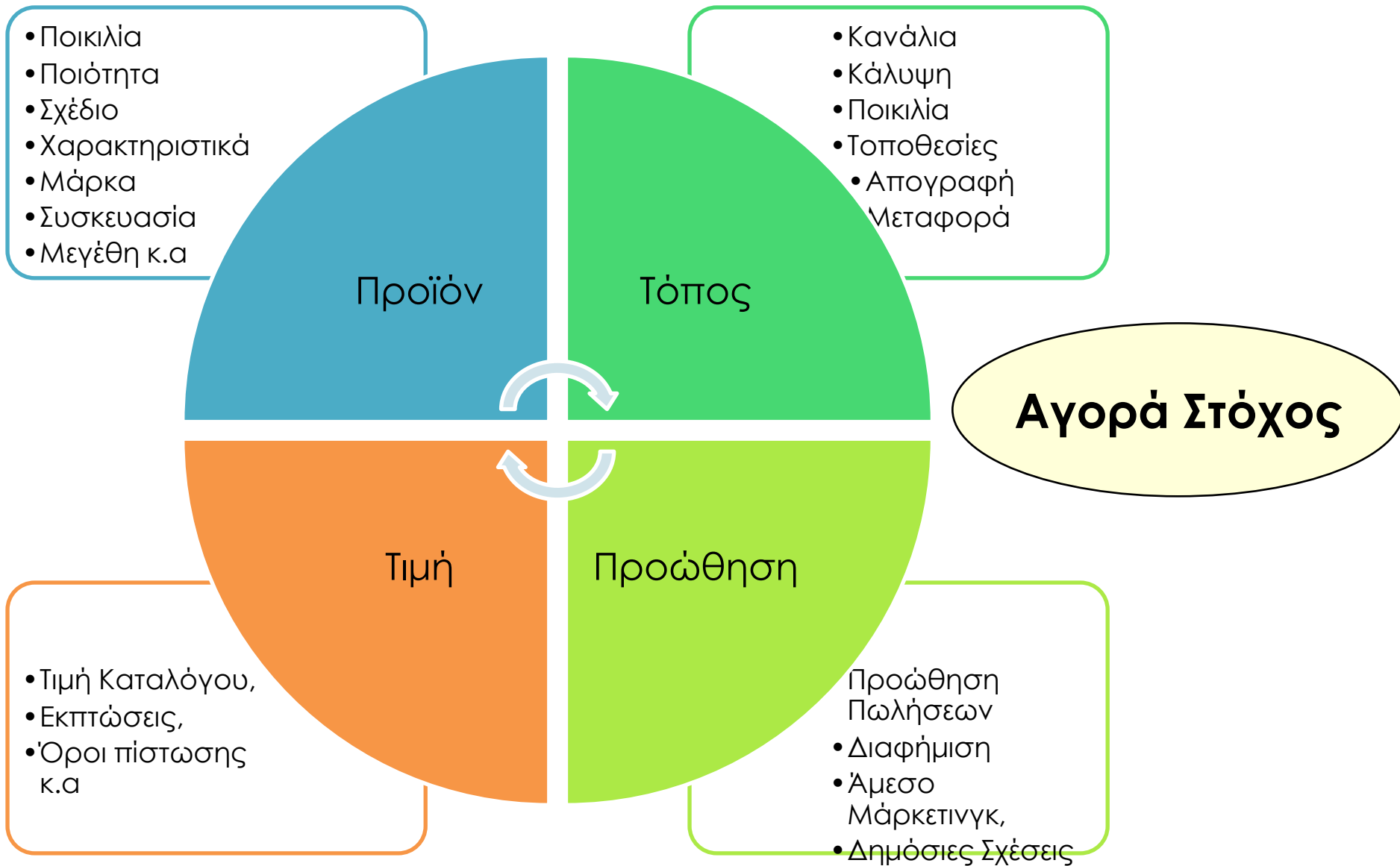


# Μίγμα μάρκετινγκ





# Μίγμα Μάρκετινγκ



# 6. Η λειτουργία μάρκετινγκ



# Λειτουργίες του Marketing



# Πρωταγωνιστές των λειτουργιών Marketing ;



**ΚΕΡΔΟΣΚΟΠΙΚΟ**

**ΜΗ ΚΕΡΔΟΣΚΟΠΙΚΟ**

**Καταναλωτικά  
αγαθά**

**Βιομηχανικά  
αγαθά**



**Εγχώρια**

**Ευρωπαϊκά**

**Διεθνή**



**Επιχείρηση**

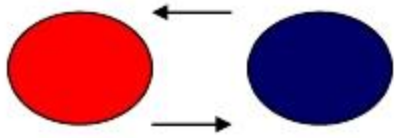
**Τομέας**

**Κλάδος**

**Χώρα**

**Ε.Υ**

**Ζήτηση**



**Προσφορά**

**ΤΟ ΚΛΑΣΣΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΕΧΕΙ  
ΔΩΣΕΙ ΒΑΡΟΣ ΣΤΟ ΤΙ ΝΑ  
ΚΑΝΟΥΜΕ ΚΑΙ ΌΧΙ ΣΤΟ ΠΩΣ**

...Και τι έχει  
αλλάξει  
σήμερα;

**Πού κρύβεται το  
Πραγματικό marketing ;**

Branding, διανομή,  
διαφήμιση...

Ιδέα, σχεδιασμός,  
προγραμματισμός, έλεγχος...



# ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗ ΠΑΙΔΕΙΑ

# ΤΜΗΜΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

**Ένας Προσανατολισμός –**  
οδηγεί όλες  
τις ενέργειες μιας  
επιχείρησης/οργανισμού

**Μια Επιχειρηματική  
Λειτουργία –**  
υπεύθυνη να διευθύνει και  
να εκτελεί  
συγκεκριμένες  
επιχειρηματικές  
δραστηριότητες

Η Διττή  
Φύση  
ΤΟΥ  
Μάρκετινγκ :

ΠΟΣΑ ΤΕΤΡΑΓΩΝΑ  
ΒΛΕΠΕΤΕ ΕΔΩ;



# Σύγχρονο Marketing

Στρατηγικό –  
Strategic  
Marketing

Τακτικό –  
Tactical  
Marketing

Εσωτερικό –  
Internal  
Marketing

Αλληλεπίδρασης  
– Interactive  
Marketing

Σχέσεων –  
Relationship  
Marketing

Κοινωνικό  
Μάρκετινγκ –  
Societal  
Marketing

Ολοκληρωμένο –  
Integrated  
Marketing

Brand Image, Product,  
Corporate

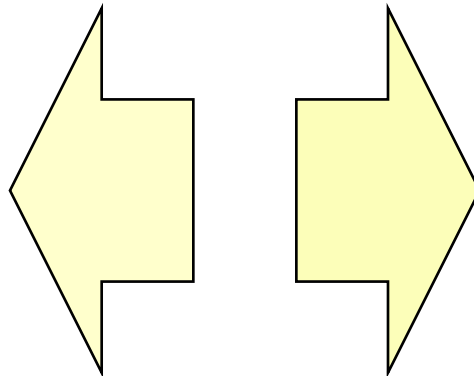
Distribution Image  
Store, Mall, Region, City

Country of Origin Image

Executive, Corporate  
System of Values

**Διαφορετικές Απόψεις  
των δραστηριοτήτων  
Μάρκετινγκ**

**Micro-  
Marketing**



**Macro-  
Marketing**

A stylized graphic featuring a dark grey background with various blue shapes. On the left, a large blue circle is partially visible. In the center, the word "MICRO" is written in white, bold, uppercase letters. To the right of "MICRO", there is a large blue circle. The background is filled with abstract blue shapes, including triangles and irregular polygons, creating a complex, layered effect.

**MICRO**

# Τι είναι το Marketing;

## Micro View

- Σύστημα δραστηριοτήτων

- Πραγματοποιούνται από επιχειρήσεις και οργανισμούς

**και**

## Macro View

- Κοινωνική διεργασία

- Φέρνει κοντά την προσφορά και τη ζήτηση

# Macro-Marketing

Δίνει έμφαση  
σε όλο το  
σύστημα

Το έχει ανάγκη  
κάθε οικονομία

**Κύρια  
χαρακτηριστικά**

Φέρνει κοντά  
Παραγωγούς  
και Πελάτες





# Διαστάσεις της Ολιστικής Προσέγγισης

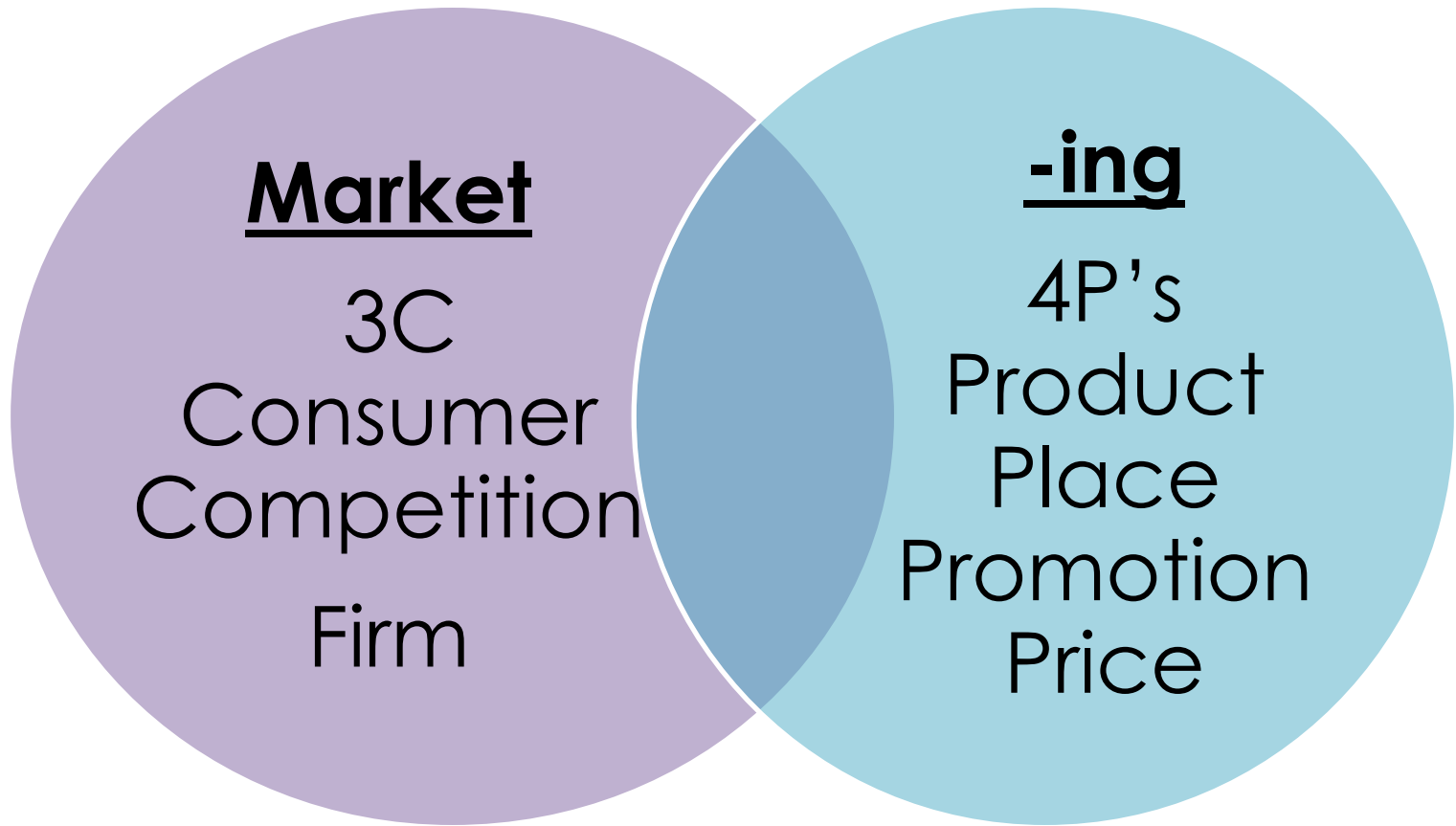
INTERACTIVE  
MARKETING

INTERNAL  
MARKETING

CLASSICAL  
MARKETING

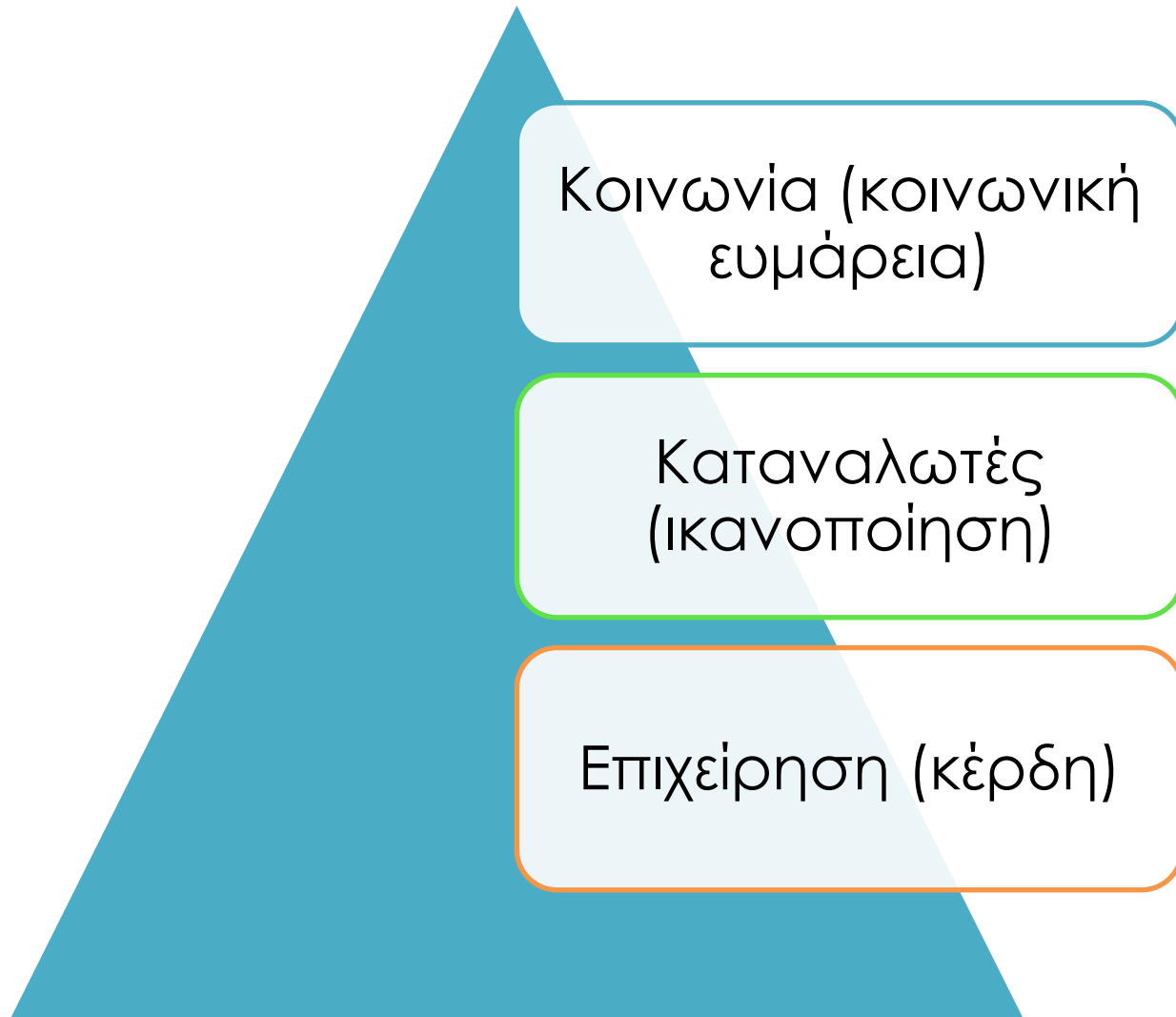
RELATIONSHIP  
MARKETING

# Marketing

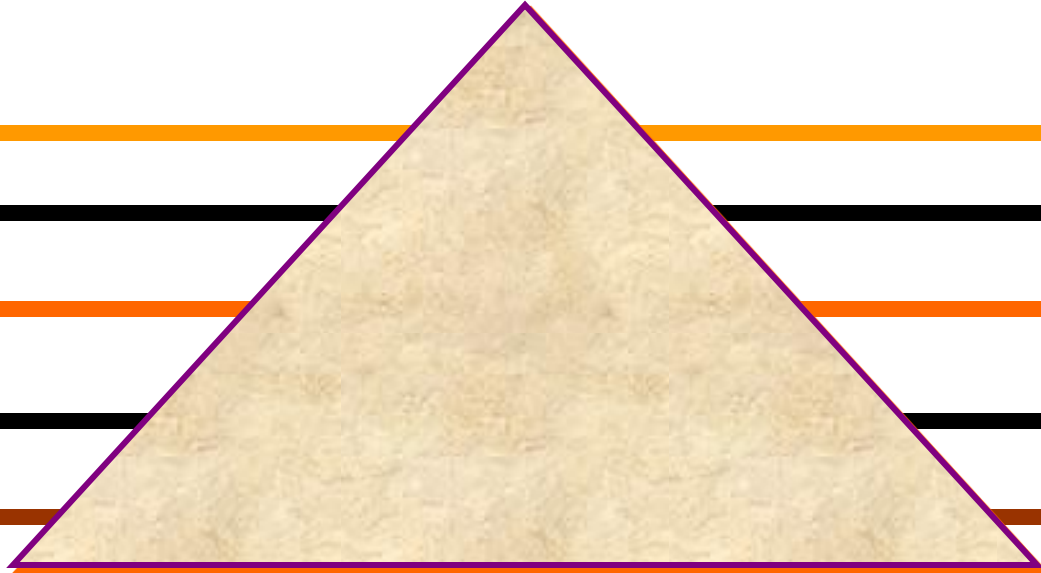


# Η Προσέγγιση του Κοινωνικού Μάρκετινγκ - Societal Marketing Concept

---



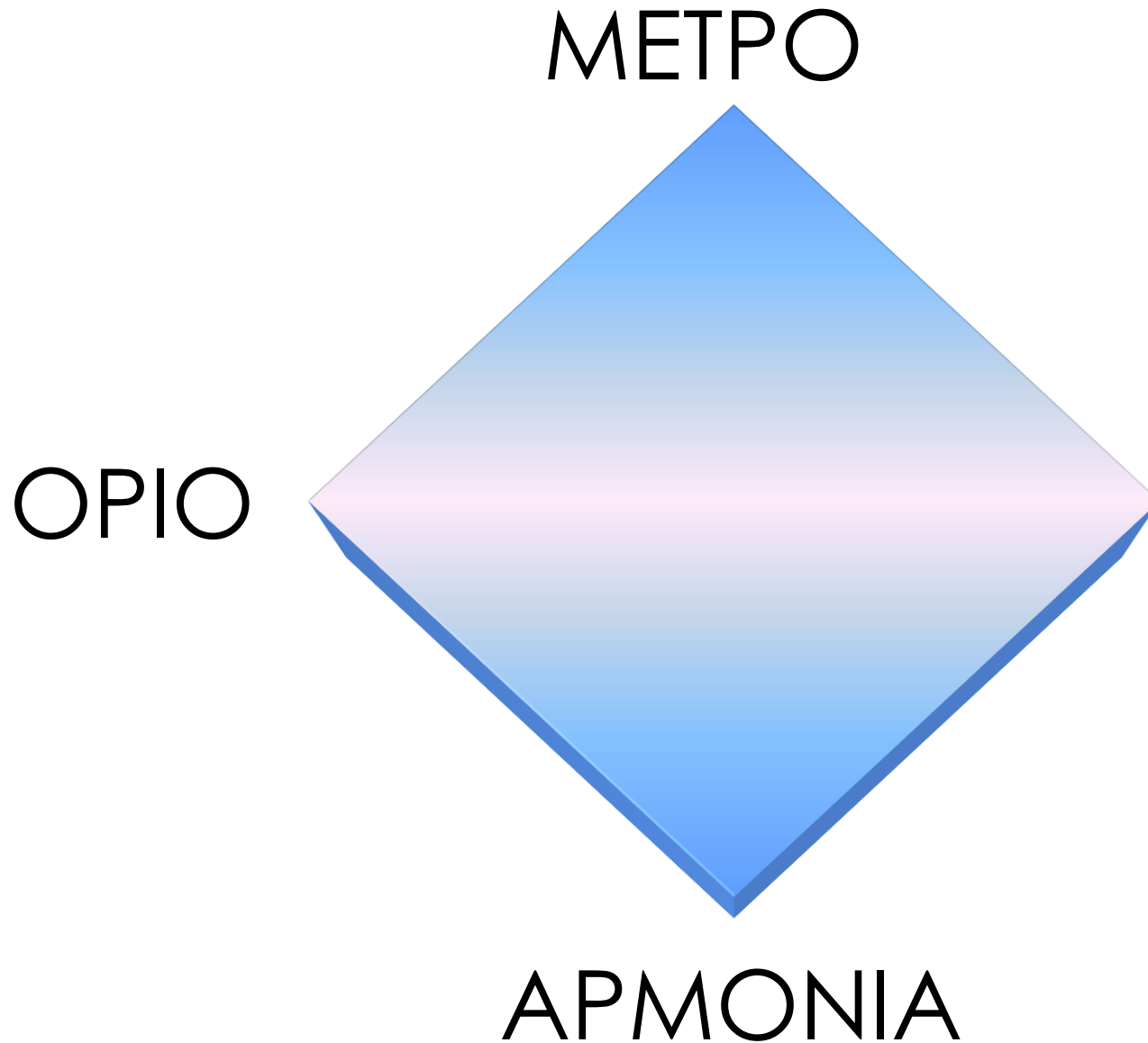
**ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΤΗΤΑ**



**ΓΝΩΣΗ**

**ΠΕΙΡΑ**

# Η ΠΑΙΔΕΙΑ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΠΡΟΫΠΟΘΕΤΕΙ



- Άγνοια – Γνώση
- Δουλεία – Ελευθερία

# Η ιδεολογία του Μάρκετινγκ

- ◆ Επικεντρώνεται στις ανάγκες και τις επιθυμίες των πελατών για να ξεχωρίσει προϊόντα από αυτά του ανταγωνισμού
- ◆ Ολοκληρώνει όλες τις οργανωτικές δραστηριότητες στην ικανοποίηση αναγκών και επιθυμιών
- ◆ Επιτυγχάνει μακροπρόθεσμους επιχειρησιακούς στόχους με την ικανοποίηση αναγκών και επιθυμιών



# Τροφή για σκέψη...



# Τροφή για σκέψη...



# Τροφή για σκέψη...



# Τροφή για σκέψη...



You are what you buy

YO

a  
DESIRE Do Brand  
WANT  
bargain  
it  
are  
need buy  
Don't  
!!

# Βιβλιογραφία

- Baker, M. J. (2014). *Marketing strategy and management*. Palgrave Macmillan.
- Foxall, G. (2014). *Strategic Marketing Management (RLE Marketing) (Vol. 3)*. Routledge.
- Peñaloza, L., Toulouse, N., & Visconti, L. M. (Eds.). (2013). *Marketing management: A cultural perspective*. Routledge.
- Wilson, R. M., & Gilligan, C. (2012). *Strategic marketing management*. Routledge.

# Τέλος Ενότητας # 1

Μάθημα: Αρχές Μάρκετινγκ, Ενότητα # 1:  
Εισαγωγή

Διδάσκων: Γεώργιος Πανηγυράκης,  
Τμήμα: Οργάνωσης και Διοίκησης  
Επιχειρήσεων



Ευρωπαϊκή Ένωση  
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ & ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ, ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ & ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ  
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ