

Σύμφωνα με τον Philip Kotler, «Το Μάρκετινγκ είναι η επιστήμη και η τέχνη της εξερεύνησης, της δημιουργίας και της προσφοράς αξίας για την ικανοποίηση των αναγκών μιας αγοράς, με στόχο το κέρδος. Το Μάρκετινγκ εντοπίζει ανεκπλήρωτες ανάγκες και επιθυμίες. Ορίζει, μετρά και ποσοτικοποιεί το μέγεθος της προσδιορισθείσας αγοράς και το δυνητικό κέρδος. Επισημαίνει ποια τμήματα της εταιρείας είναι σε θέση να εξυπηρετούν καλύτερα και σχεδιάζει και προωθεί τα κατάλληλα προϊόντα και υπηρεσίες.».

Σχετικά με το σχέδιο μάρκετινγκ είναι ένα πολύτιμο εργαλείο που μπορεί να διαμορφώσει το πλαίσιο επικοινωνίας με τους πελάτες και να οδηγήσει στην προσέλκυση νέων πελατών. Μπορεί να μας βοηθήσει να καθορίσουμε τις κατηγορίες πελατών που θα πρέπει να έχουμε ως στόχο, τον τρόπο προσέγγισής τους καθώς και πώς θα παρακολουθούμε τα αποτελέσματα έτσι ώστε να ξέρουμε ποιες είναι οι αναγκαίες ενέργειες για την ανάπτυξη της επιχείρησής μας.

Η δημιουργία του είναι αρκετά απλή αρκεί να μην είναι πολύπλοκο ή να έχει μεγάλη έκταση, αλλά θα πρέπει να περιέχει αρκετές πληροφορίες οι οποίες θα μας βοηθούν να δημιουργήσουμε, να κατευθύνουμε και να συντονίσουμε τη πολιτική μάρκετινγκ που θα εφαρμόσουμε.

Τα τέσσερα βασικά στοιχεία του μάρκετινγκ: προϊόν, τιμή, προώθηση και τοποθέτηση είναι η βάση για να ξεκινήσουμε το πλάνο μάρκετινγκ. Στόχος μας είναι να τοποθετήσουμε το σωστό προϊόν ή υπηρεσία στη διάθεση των κατάλληλων πελατών, στη σωστή τιμή και στο σωστό χρόνο και τόπο.

Για μια ξεκάθαρη αντίληψη της επιχείρησής μας είναι πολύ σημαντικό να συλλέγουμε πληροφορίες από όλους όσους βρίσκονται γύρω μας. Συναντήσεις με έμπιστους φίλους, προσωπικό, συμβούλους και ομότιμες επιχειρήσεις μπορούν να βοηθήσουν αρκετά.

Επίσης πρέπει πάντα να μαθαίνουμε την άποψη των πελατών για το προϊόν, την τιμολόγηση, την μάρκα ή την υπηρεσία μας, τους ανταγωνιστές — και γενικά με οτιδήποτε σχετίζεται με την επιχείρησή. Χρειάζεται να μας δίνουν την γνώμη τους και οι τρέχοντες και οι μελλοντικοί μας πελάτες. Κίνητρα, όπως εκπτώσεις ή δείγματα ενθαρρύνουν την υποβολή σχολίων εκ μέρους τους.

Η αναθεώρηση του πλάνου κάθε έξι μήνες μας βοηθά να προσδιορίζουμε κατά πόσον τα αποτελέσματα που προκύπτουν είναι τα αναμενόμενα. Πρέπει να παρακολουθούμε την πρόοδο που σημειώνουμε, να υπολογίζουμε το κόστος μάρκετινγκ και να το συγκρίνουμε με τις πωλήσεις και άλλα στοιχεία μέτρησης. Θα πρέπει επίσης να ενημερώνουμε το πλάνο σε τακτική βάση προκειμένου αυτό να ανταποκρίνεται στις μεταβαλλόμενες συνθήκες της αγοράς!

Να σχολιάσω επίσης την διαφορά-σημασία μεταξύ μιας στρατηγικής μάρκετινγκ και ενός σχεδίου μάρκετινγκ!

Στρατηγική Μάρκετινγκ – Η στρατηγική μάρκετινγκ είναι η εξήγηση των στόχων που πρέπει να επιτευχθούν με τις προσπάθειες του μάρκετινγκ. Η στρατηγική μάρκετινγκ διαμορφώνεται από τους στόχους της επιχείρησής. Οι επιχειρηματικοί στόχοι και η στρατηγική μάρκετινγκ θα πρέπει να είναι άμεσα αλληλένδετα.

Σχέδιο Μάρκετινγκ – Το σχέδιο μάρκετινγκ είναι το πώς θα δημιουργήσεις την ευκαιρία για την επίτευξη αυτών των στόχων. Δηλαδή είναι η εφαρμογή της στρατηγικής που θα οδηγήσει την ιδέα στην εφαρμογή.

Όταν μιλάμε για μάρκετινγκ πρέπει πάντα να καθορίζουμε το τι και στην συνέχεια να καθορίσουμε το πώς θα το προωθήσουμε. Η στρατηγική είναι η σκέψη και ο σχεδιασμός είναι το πράττειν.

Η στρατηγική μάρκετινγκ είναι αλληλένδετη με το σχέδιο μάρκετινγκ. Χωρίς και τα δύο, όχι μόνο σπαταλάμε άσκοπα τους οικονομικούς και τους ανθρώπινους πόρους, αλλά είναι πολύ πιθανό να κολλήσουμε σε μια ιδέα που δεν έχει αντίκτυπο στην αγορά!

Σημασία Σχεδιασμού+Στρατηγικής Μάρκετινγκ

1. Μπορεί να παρέχει στην επιχείρηση πλεονέκτημα έναντι των ανταγωνιστών της
2. Συμβάλλει στην ανάπτυξη αγαθών και υπηρεσιών με το καλύτερο δυνατό κέρδος
3. Βοηθά στην επισήμανση πεδίων που επηρεάζονται από την ανάπτυξη της επιχείρησης και έτσι βοηθά στη δημιουργία ενός επιχειρησιακού πλάνου για την κάλυψη των αναγκών των πελατών
4. Βοηθά στον καθορισμό της σωστής τιμής για τα αγαθά και τις υπηρεσίες της επιχείρησης, με βάση τις πληροφορίες που συλλέγονται στα πλαίσια της έρευνας αγοράς

Commented [MG1]: Σωστά

Commented [MG2]: Σωστά

Commented [MG3]: Σωστές παρατηρήσεις

Commented [MG4]: Σωστές παρατηρήσεις

5. Εξασφαλίζει τον αποτελεσματικό συντονισμό των διάφορων τμημάτων της επιχείρησης
6. Βοηθάει μια επιχείρηση να αξιοποιεί κατά τον καλύτερο δυνατό τρόπο τους πόρους της, για την παροχή ενός μηνύματος πωλήσεων προς στην αγορά-στόχο
7. Βοηθάει στον προενεργητικό καθορισμό του διαφημιστικού/ προωθητικού προϋπολογισμού και επίσης αναπτύσσει μεθοδολογία για τον προσδιορισμό/ προϋπολογισμό των εσόδων από το διαφημιστικό/ προωθητικό πλάνο

Commented [MG5]: Σωστά

Πηγές

- <https://www.businessplanning.biz/el/blog/415-sxediasmos-tis-stratigikis-marketingk-kai-etoimasia-planou-marketingk>
- <https://www.kemel.gr/library/dimiourgia-planou-marketingk-kai-poliseon>
- <https://www.fekasbrothers.com/marketing-strategy-vs-marketing-plan/>

Εικόνες από:

- <https://gr.dreamstime.com/%CE%BB%CF%8D%CF%83%CE%B7-%CE%B3%CF%81%CE%AF%CF%86%CF%89%CE%BD-%CF%84%CE%BF%CF%81%CE%BD%CE%B5%CF%85%CF%84%CE%B9%CE%BA%CF%8E%CE%BD-%CF%80%CF%81%CE%B9%CE%BF%CE%BD%CE%B9%CF%8E%CE%BD-%CE%BC%CE%AC%CF%81%CE%BA%CE%B5%CF%84%CE%B9%CE%BD%CE%B3%CE%BA-image137202250>
- <https://gr.dreamstime.com/%CF%83%CF%84%CE%BF%CE%BA-%CE%B5%CE%B9%CE%BA%CF%8C%CE%BD%CE%B5%CF%82-%CE%AD%CE%BD%CE%BD%CE%BF%CE%B9%CE%B1-%CE%BA%CE%B1%CF%86%CE%AD-%CF%89%CE%BD-%CE%BC%CE%AC%CF%81%CE%BA%CE%B5%CF%84%CE%B9%CE%BD%CE%B3%CE%BA-%CF%83%CF%84%CF%81%CE%B1%CF%84%CE%B7%CE%B3%CE%B9%CE%BA%CE%AE%CF%82-%CF%83%CF%85%CE%BD%CE%B5-%CF%81%CE%AF%CE%B1%CF%83%CE%B7%CF%82-%CF%84%CE%B7%CF%82-%CE%B5%CF%80%CE%B9%CF%87%CE%B5%CE%B9%CF%81%CE%B7%CF%83%CE%B9%CE%B1%CE%BA%CE%AE%CF%82-image71163877>