



## **ΕΡΓΑΣΙΑ ΣΤΟ MARKETING**

### **MARKETING PLAN**

#### **ΓΙΑ ΣΥΣΚΕΥΗ ΑΝΑΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΕΙΚΟΝΑΣ ΚΑΙ ΗΧΟΥ**

#### **ΣΠΟΥΔΑΣΤΕΣ:**

**ΣΑΛΑΤΕΛΛΗΣ ΚΥΡΙΑΚΟΣ  
ΜΠΑΛΑΦΑΣ ΒΑΣΙΛΕΙΟΣ  
ΤΑΡΑΤΣΑ ΝΕΝΑ  
ΧΟΝΔΡΟΥ ΔΕΣΠΟΙΝΑ  
ΧΑΡΑΠΗ ΧΡΥΣΑ  
ΣΙΟΝΤΗ ΔΩΡΑ**

**ΤΜΗΜΑ ΤΗΛ/ΚΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ  
ΤΜΗΜΑ Τ3 - ΣΤ ΕΞΑΜΗΝΟ**

**ΑΠΡΙΛΙΟΣ 01**

➤ **ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ**

➤ **ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΕΞΕΤΑΖΟΜΕΝΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ**

➤ **ΕΙΣΑΓΩΓΗ - ΓΕΝΙΚΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ**

➤ **EXECUTIVE SUMMARY**

➤ **ΤΡΕΧΟΥΣΑ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ**

➤ **SWOT ANALYSIS**

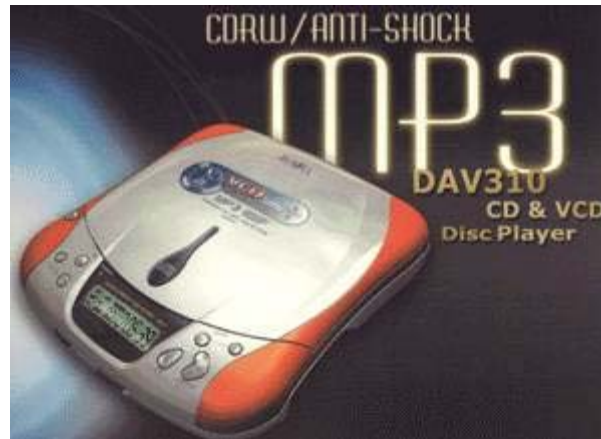
➤ **ΣΚΟΠΟΙ**

➤ **ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ MARKETING**

➤ **ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΔΡΑΣΕΩΣ**

## ➤ **ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΕΞΕΤΑΖΟΜΕΝΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ**

### *Napa DAV310 Portable MP3 Disc Player with CD & VCD Playback*



#### **Features:**

- Support MP3/VCD/CD disc playback
- Support 8/12cm CDR, CDRW (MP3/VCD/CD) disc playback
- Built-in remote control function for user's convenience
- Built-in re-chargeable Lithium Battery suitable for outdoor playing
- Complete LCD display function
- LED Battery Charge Indicator
- 7 easy-to-use keys for different playback mode
- Bass Booster control for mega-bass output
- Excellent quality of audio&video output
- Portable with extended 30 second (MP3) Extended Shock Protection (ESP)
- Hold Function

#### **Function Keys:**

- Play/Pause
- Stop
- Volume Control
- Skip Next & Previous Control
- Mode Control
- Fast Forward & Backward Control
- Bass Booster Control
- Intro-scan Function
- Battery/DC Switch
- Hold Control
- LED Battery Charge Inducator
- LCD Display

#### **Programmable Function Modes:**

- Single Track Repeat Playback
- All Tracks Repeat Playback
- Random Playback
- Slow Motion
- Step Playback

### **Sound Effects:**

- Bass Booster ON/OFF Control

### **Output Jacks:**

- Audio Out
- Video Out

### **Power Supply:**

- DC Input Jack
- Built-in Rechargeable Li-Ion Battery

### **Accessories Included**

- 3.6V Lithium Battery
- AC/DC Adapter
- Stereo Earphone
- User's Manual
- Audio & Video Cable
- Remote Control





## ➤ **ΕΙΣΑΓΩΓΗ - ΓΕΝΙΚΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ**

Το προϊόν το οποίο θα προσπαθήσουμε να προωθήσουμε με το παρακάτω πλάνο είναι ένα πρωτοποριακό μηχάνημα αναπαραγωγής ψηφιακού ήχου καθώς και εικόνας. Έχει τη δυνατότητα αναπαραγωγής cd-audio,mp3 που βρίσκονται σε cd,cd-r και cd-rw καθώς και video-cd.

Η δυνατότητα χρησιμοποίησης όλων αυτών των μέσων ψυχαγωγίας με ένα και μόνο εξάρτημα δίνει σχεδόν άμεσα στο προϊόν μας το συγκριτικό πλεονέκτημα έναντι των ανταγωνιστικών προϊόντων αφού είναι το μοναδικό που μπορεί να συνδυάσει την αναπαραγωγή όλων αυτών των μέσων.

Η εταιρεία που παράγει και διανέμει το προϊόν αυτό είναι αναγνωρισμένη στο χώρο των νέων τεχνολογιών με πρόσφατες διακρίσεις στη CeBit του Ανόβερου ( έκθεση τεχνολογικών προϊόντων ) για τη συγκεκριμένη συσκευή και διαθέτει ένα αρτιότατο σύστημα διανομής με αντιπροσωπείες σε ολόκληρο τον κόσμο.

Πρόθεσή της είναι να αναπτύξει ένα αυτόνομο δίκτυο πωλήσεων στην Ελλάδα με αποκλειστικές αντιπροσωπείες αφού παράγει και άλλα εξαρτήματα που καλύπτουν τις ανάγκες μέσων αλλά και απαιτητικών χρηστών ηλεκτρονικών υπολογιστών. Η απόκτηση μάλιστα από την εταιρεία,τίτλων πιστοποίησης την τελευταία διετία δίνει ακόμη μεγαλύτερο

κύρος στο εγχείρημα.

## ➤ **EXECUTIVE SUMMARY**

Ο προφανής στόχος είναι η κατάκτηση της ελληνικής αγοράς και η προώθηση του προϊόντος σε αυτή. Πρέπει πρώτα να δημιουργήσουμε ένα ολοκληρωμένο σχέδιο marketing που να περιέχει όλες εκείνες τις ενέργειες που θα οδηγήσουν στην ασφαλή είσοδο του προϊόντος στην ελληνική αγορά και αυτό θα εμφανίζει μια άρτια εικόνα του ανταγωνισμού και της κατάστασης της αγοράς.

Επίσης θα πρέπει να παρουσιάσουμε αναλυτικά τα χαρακτηριστικά του προϊόντος με τέτοιο τρόπο ώστε να τονίσουμε τα συγκριτικά του πλεονεκτήματα και τους λόγους για τους οποίους θα πρέπει να προτιμηθεί από τους αγοραστές.

Μια επίσης σημαντική πτυχή του πλάνου είναι η αναλυτική έρευνα της αγοράς που θα καταλήξει σε συγκεκριμένη στρατηγική marketing που περιλαμβάνει ολόκληρο το μίγμα marketing.

Σημαντικό επίσης βήμα για ένα επιτυχημένο marketing plan είναι η περιγραφή του τρόπου αλλά και των δικτύων διανομής που θα χρησιμοποιηθούν για την προώθηση του προϊόντος, την εύκολη πρόσβαση των καταναλωτών στα σημεία πώλησης και την επαφή του αγοραστή με το προϊόν έτσι ώστε να το προτιμήσει έναντι άλλων ομοειδών προϊόντων.

## ➤ **ΤΡΕΧΟΥΣΑ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ**

### **Η Κατάσταση της αγοράς**

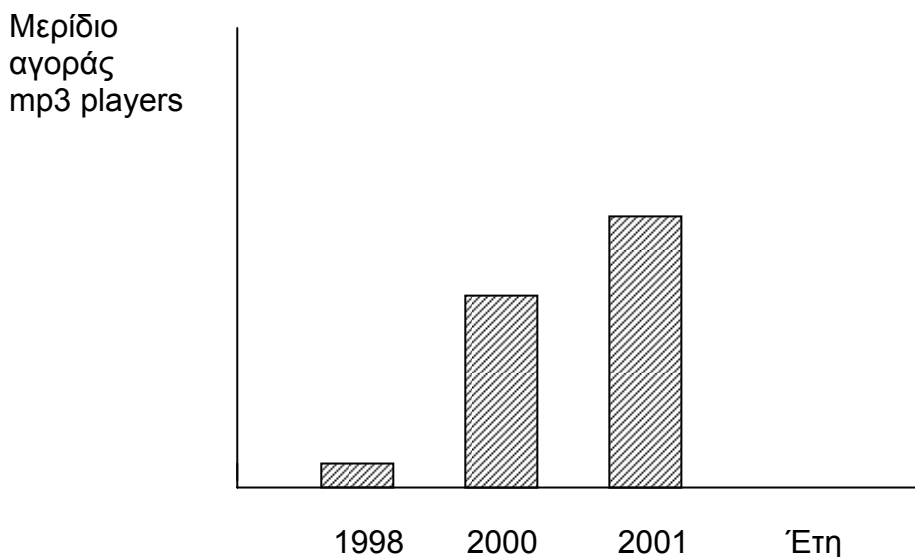
Την τελευταία κυρίως δεκαετία στην Ελλάδα ο μεγάλος όγκος του αγοραστικού κοινού άρχισε να έρχεται σε επαφή με τα τεχνολογικά προϊόντα. Κυρίως νεαρές ηλικίες που μέσω της τηλεόρασης, των περιοδικών αλλά σιγά σιγά και του internet, έρχονταν σε επαφή με τις νέες τεχνολογίες και αποτέλεσαν τον πυρήνα μιας αγοραστικής δύναμης με έντονη κινητικότητα η οποία αναζητούσε συνεχώς το καινούριο και το νεώτερο.

Με τον καιρό οι νέες τεχνολογίες μπήκαν σε όλους σχεδόν τους τομείς της καθημερινότητας και όλο και μεγαλύτερο κομμάτι των καταναλωτών ερχόταν σε επαφή με αυτές.

Αυτή τη στιγμή στη χώρα μας δαπανώνται περίπου 150 δις ετησίως από ιδιώτες και επιχειρήσεις για αγορά τεχνολογικών προϊόντων. Στην επαρχία τα ποσά που καταναλώνονται για το σκοπό αυτό είναι πολύ μικρότερα από αυτά των μεγάλων πόλεων και αυτό συμβαίνει γιατί ο περισσότερος κόσμος θεωρεί δύσχρηστες τις νέες τεχνολογίες. Εδώ ακριβώς βρίσκεται το χρυσό στοιχείο για το προϊόν μας το οποίο χωρίς να απαιτεί πολύπλοκους χειρισμούς και ιδιαίτερες γνώσεις μπορεί να προσφέρει στον καταναλωτή την απόλαυση των ψηφιακών μέσων εικόνας και ήχου.

Στοχεύουμε λοιπόν τόσο στις μικρές όσο και στις μεγαλύτερες ηλικίες 25 - 45 ετών που στο προϊόν μας θα βρουν έναν έξυπνο τρόπο ψυχαγωγίας

χωρίς υψηλό κόστος και ανάγκη εξειδικευμένων γνώσεων. Η δυνατότητα δε μεταφοράς της συσκευής και η χρήση της σαν ένα κοινό walkman της δίνει ένα ακόμα πολύ μεγάλο ελκυστικό στοιχείο.



Όπως φαίνεται και στο παραπάνω διάγραμμα στο χώρο των νέων τεχνολογιών παρατηρείται μια συνεχής αύξηση των πωλήσεων και μεταστροφής των αγοραστών σε προϊόντα ψηφιακής τεχνολογίας που εμφανίζουν τα πλεονεκτήματα που αναφέρθηκαν παραπάνω. Αυτό δείχνει την ανάγκη των καταναλωτών για συσκευές αναπαραγωγής ψηφιακού ήχου και εικόνας την οποία ικανοποιεί άμεσα το προϊόν μας. Οι περισσότεροι καταναλωτές γνωρίζουν την τεχνολογία των mp3 και των video-cd, αλλά δυσκολεύονται από τον περιορισμό, που υπήρχε μέχρι στιγμής, χρήσης των μέσω του ηλεκτρονικού υπολογιστή.

Οι αγορές στόχος των ηλικιών 15 - 25 , 25 - 45 είναι σίγουρα οι πιο δυναμικές αφού καταναλώνουν χωρίς να σκέφτονται κατά κύριο λόγο την αποταμίευση και κυνηγούν το "νέο" .



## **Η Κατάσταση του προϊόντος**

Αυτή τη στιγμή τα ομοειδή προϊόντα που διατίθενται στην ελληνική αγορά έχουν αρκετά μεγάλες τιμές και μπορούν να χαρακτηριστούν απρόσιτα για το ευρύ καταναλωτικό κοινό. Για παράδειγμα τα minidisc διατίθενται σε τιμές άνω των 100.000 δρχ. ,τα dvd επίσης ενώ τα ανταγωνιστικά προϊόντα χωρίς να έχουν τα χαρακτηριστικά του προϊόντος μας κυμαίνονται σε τιμές άνω των 60.000 δρχ.

Η τιμή των 45.000 δρχ. που μπορεί να διαμορφωθεί για το προϊόν μας είναι σαφώς ελκυστική για κάθε καταναλωτή της κατηγορίας αφού συγκεντρώνονται στη συσκευή μας χαρακτηριστικά για τα οποία θα χρειάζονταν δύο ή περισσότερες συσκευές μαζί.

## **Η Κατάσταση του Ανταγωνισμού**

Οι ανταγωνιστικές εταιρείες που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα έχουν σαφώς μεγάλο μέγεθος και καλύπτουν σχεδόν ολόκληρο το φάσμα των νέων τεχνολογιών ενώ το προϊόν μας μπορεί να καλύψει με σχεδόν μονοπωλιακό τρόπο την αγορά της κατηγορίας του λόγω της έλλειψης ενός αμιγώς ανταγωνιστικού προϊόντος που να συγκεντρώνει όλα τα χαρακτηριστικά όπως το δικό μας.

Η όποια μελλοντική εμφάνιση ανταγωνιστικού προϊόντος δεν μπορεί να αποτελέσει σημαντική απειλή αφού θα πρόκειται για αντιγραφή αλλά και γιατί η εταιρεία που παράγει το προϊόν αφιερώνει τεράστια κεφάλαια στην έρευνα και ανάπτυξη νέων και ακόμη πληρέστερων συσκευών.

Η έλλειψη μιας επιχείρησης που να ειδικεύεται σε ακριβώς αυτό το χώρο αποτελεί επίσης ισχυρό πλεονέκτημα αφού οι ανταγωνιστικές εταιρείες καλύπτουν μια ευρεία γκάμα συσκευών χωρίς να ειδικεύονται στο δικό μας τομέα και χωρίς να έχουν μια μακροπρόθεσμη στρατηγική επικέντρωσης των προσπαθειών τους σε αυτό το αντικείμενο αποκλειστικά.

## **Η Κατάσταση της διανομής**

Η εταιρεία μας πρέπει να προσπαθήσει να έρθει σε επαφή σε πρώτη φάση με κάποιον αποκλειστικό αντιπρόσωπο που θα προωθήσει το προϊόν μας στην Ελλάδα με τα κατάλληλα μέσα, κυριώς με διαφήμιση στον έντυπο και ηλεκτρονικό τύπο. Η σύναψη μιας συμφωνίας που θα κινείται για το συμφέρον τόσο της εταιρείας όσο και του αντιπροσώπου θα δώσει ένα ακόμη μεγαλύτερο κίνητρο για την επιτυχία της προώθησης της συσκευής.

Θα πρέπει να επιλεγεί ένας αντιπρόσωπος αναγνωρισμένος στην Ελλάδα που θα έχει φυσικά άμεση σχέση με τις νέες τεχνολογίες και που θα διαθέτει ένα αρκετά μεγάλο δίκτυο διανομής, με δυνατότητα κάλυψης σχεδόν ολόκληρου του ελλαδικού χώρου.

Η σίγουρη επιτυχία του προϊόντος θα πρέπει να μας βρεί έτοιμους για

την ανάπτυξη ενός αυτόνομου δικτύου διανομής με έδρα την πρωτεύουσα και άρτια εκπαιδευμένο προσωπικό. Με ιδιαίτερη προσοχή θα πρέπει να σχεδιαστούν και τα υποδίκτυα σε όλη τη χώρα που θα πρέπει να είναι βαρύνουσας σημασίας αφού η επαρχία θεωρείται μια παρθένα σχετικά αγορά για τις ψηφιακές συσκευές με έντονη δυναμική και σίγουρη μελλοντική επιτυχία με την ανάπτυξη και τη διεύρυνση του αγοραστικού κοινού.

## **Η Κατάσταση του Μακροπεριβάλλοντος**

Η ανάπτυξη στην Ελλάδα των νέων τεχνολογιών σε συνδυασμό με την ανύψωση του βιοτικού επιπέδου οδηγούν σε μια μακροπρόθεσμα βιώσιμη και επικερδή αγορά συσκευών αυτού του τύπου αφού όλο και περισσότεροι καταναλωτές έρχονται σε επαφή με τις νέες τεχνολογίες και στρέφονται προς τα προϊόντα της κατηγορίας μας.

Το μέλλον της κατηγορίας λοιπόν προδιαγράφεται ευοίωνο και αποτελεί σίγουρη επένδυση για την επιχείρησή μας η οποία θα πρέπει να εισαχθεί δυναμικά στην ελληνική αγορά και να την κατακτήσει.

### **➤ SWOT ANALYSIS**

**Strengths:** Τα χαρακτηριστικά του προϊόντος μας αποτελούν την αιχμή του δόρατος για την κατάκτηση της αγοράς αφού όλα αποτελούν συγκριτικό πλεονέκτημα και αυτά είναι :

- ✓ Αναπαραγωγή mp3 αποθηκευμένα σε cd-r και κυρίως cd-rw
- ✓ Η ύπαρξη tv-out για αναπαραγωγή εικόνας και ήχου κατευθείαν στην τηλεόραση
- ✓ Η σύγχρονη αντικραδασμική προστασία (ESP)
- ✓ Ο εξ'ολοκλήρου τηλεχειρισμός της συσκευής
- ✓ Η μεγάλη αυτονομία με χρήση μπαταρίας λιθίου

**Weaknesses:** Ως μοναδική αδυναμία μπορούμε να θεωρήσουμε το

γεγονός ότι η εταιρεία μας είναι ακόμη άγνωστη στον ελλαδικό χώρο (AMAX) αλλά αυτό είναι ένα πρόβλημα που μπορεί να αντιμετωπιστεί με επιτυχία μέσω των στρατηγικών προώθησης του προϊόντος.

**Opportunities:** Μοναδική ευκαιρία στην τρέχουσα περίοδο είναι η τεράστια

αύξηση του αγοραστικού κοινού για συσκευές της κατηγορίας μας και το έντονο ενδιαφέρον των καταναλωτών κυρίως της αγοράς στόχου που θέσαμε για την απόκτηση τέτοιου είδους συσκευών.

**Threats:** Ως απειλή μπορεί να θεωρηθεί η δραστηριοποίηση των μεγάλων

επιχειρήσεων παραγωγής ψηφιακών συσκευών στην κατηγορία του προϊόντος μας με μεγαλύτερη έμφαση σε συσκευές παρόμοιες με τη δικιά μας, κάτι που όμως δε διαφέρεται στο βραχυπρόθεσμο μέλλον.

Επίσης ως απειλή αναγνωρίζεται και η άγνοια μεγάλου

φάσματος των Ελλήνων καταναλωτών για τις νέες τεχνολογίες και συγκεκριμένα για την ύπαρξη μιας τέτοιας αγοράς.

## ➤ **ΣΚΟΠΟΙ**

**Οικονομικοί:** Η επιχείρηση έχει ως πρωταρχικό σκοπό τη μεγιστοποίηση των κερδών της εξασφαλίζοντας ταυτόχρονα τη μακροβιώςιμότητά της στον ελλαδικό χώρο μέσα από την ανάπτυξη εμπορικών σχέσεων μακράς διάρκειας με τους Έλληνες καταναλωτές.

**Marketing:** Πρέπει να επιτύχουμε ταχύτατη γνωριμία με το ελληνικό αγοραστικό κοινό συνδέοντας το όνομα της εταιρείας μας με την πρωτοπορεία στο χώρο των νέων τεχνολογιών και προβάλλοντας τις μοναδικές δυνατότητες των προϊόντων μας.

Θα πρέπει να χρησιμοποιήσουμε όλες τις δυνατές διαφημιστικές μεθόδους αναπτύσσοντας παράλληλα ένα ισχυρό δίκτυο διανομής.

Το κυριότερο ίσως στοιχείο είναι η παροχή υπηρεσιών υποστήριξης στους πελάτες μας με διάθεση να τους βοηθήσουμε σε κάθε απορία τους και να τους κάνουμε να νοιώσουν οικεία με τις τελευταίες τεχνολογικές εξελίξεις τις οποίες εκπροσωπούμε πλέον και στην Ελλάδα.

Η τακτική των προσφορών με τιμές γνωριμίας θα μπορούσε

να μας βοηθήσει ακόμα περισσότερο σε πρώτη φάση για την ταχύτερη αύξηση των πωλήσεων.

## ➤ **ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ MARKETING**

- a) Αγορά στόχος:** Ηλικίες 15 - 25, 25 - 45 ετών με ενδιαφέρον στις νέες τεχνολογίες
- b) Τοποθέτηση:**
- c) Σειρά προϊόντων:** Napa DAV310 Portable MP3 Disc Player with CD & VCD Playback
- d) Τιμή:** 45.000 δρχ.
- e) Δίκτυα Διανομής:** Σε ολόκληρη την Ελλάδα σε πρώτη φάση με αντιπροσώπους και στη συνέχεια με εκπροσώπηση της εταιρείας στη χώρα.
- f) Δύναμη Πωλητών:** Τουλάχιστον 20 υποκαταστήματα σε όλη τη χώρα με προσωπικό 3 - 7 ατόμων.
- g) Service:** Παροχή service σε όλα τα υποκαταστήματα από εξειδικευμένο προσωπικό.
- h) Διαφήμιση:** Χρήση όλων των γνωστών μεθόδων και των εντύπων της αντιπροσωπείας που θα χρησιμοποιηθεί σε πρώτη φάση.
- i) Προώθηση Πωλήσεων:** Αποστολή προϊόντων με αντικαταβολή, e-commerce.
- j) Έρευνα και Ανάπτυξη:** Απασχόληση και πρόσληψη Ελλήνων φοιτητών στα υποκαταστήματά μας και στην εταιρεία μας.

**k) Έρευνα marketing:** Συνεχείς μελέτες και έρευνα αγοράς με στόχο την όσο δυνατό μεγαλύτερη ικανοποίηση των πελατών και των καταναλωτών γενικά.

### ➤ **ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΔΡΑΣΕΩΣ**

Σε πρώτη φάση πρέπει να γίνει μια εμπειριστατωμένη έρευνα της ελληνικής αγοράς, να γίνει αυστηρός σχεδιασμός σύμφωνα με το πλάνο των δραστηριοτήτων προώθησης, τιμολόγησης και διανομής και να ξεκινήσουν οι επαφές με τους υποψήφιους αντιπροσώπους που θα αναλάβουν στην αρχή τη διάθεση του προϊόντος αποκλειστικά.

Οι εργασίες θα πρέπει να ξεκινήσουν το λιγότερο σε ένα μήνα έτσι ώστε να εκμεταλλευτούμε την απουσία προφανούς ανταγωνιστικής δύναμης.

Οι παραπάνω δραστηριότητες θα πραγματοποιηθούν από έμπειρα μέλη της εταιρείας μας.

Το κόστος των κινήσεων αυτών θα είναι σαφώς χαμηλό λόγω της μεθόδου καθορισμού αντιπροσώπων σε πρώτη φάση και τα έξοδα θα περιορισθούν στις έρευνες και στη διαφήμιση.

**ΤΕΛΟΣ**