



Marketing

**Αναστασία Ασίκη
Μάρθα Ζεφειρίδου
Βασίλης Ζιώγας**

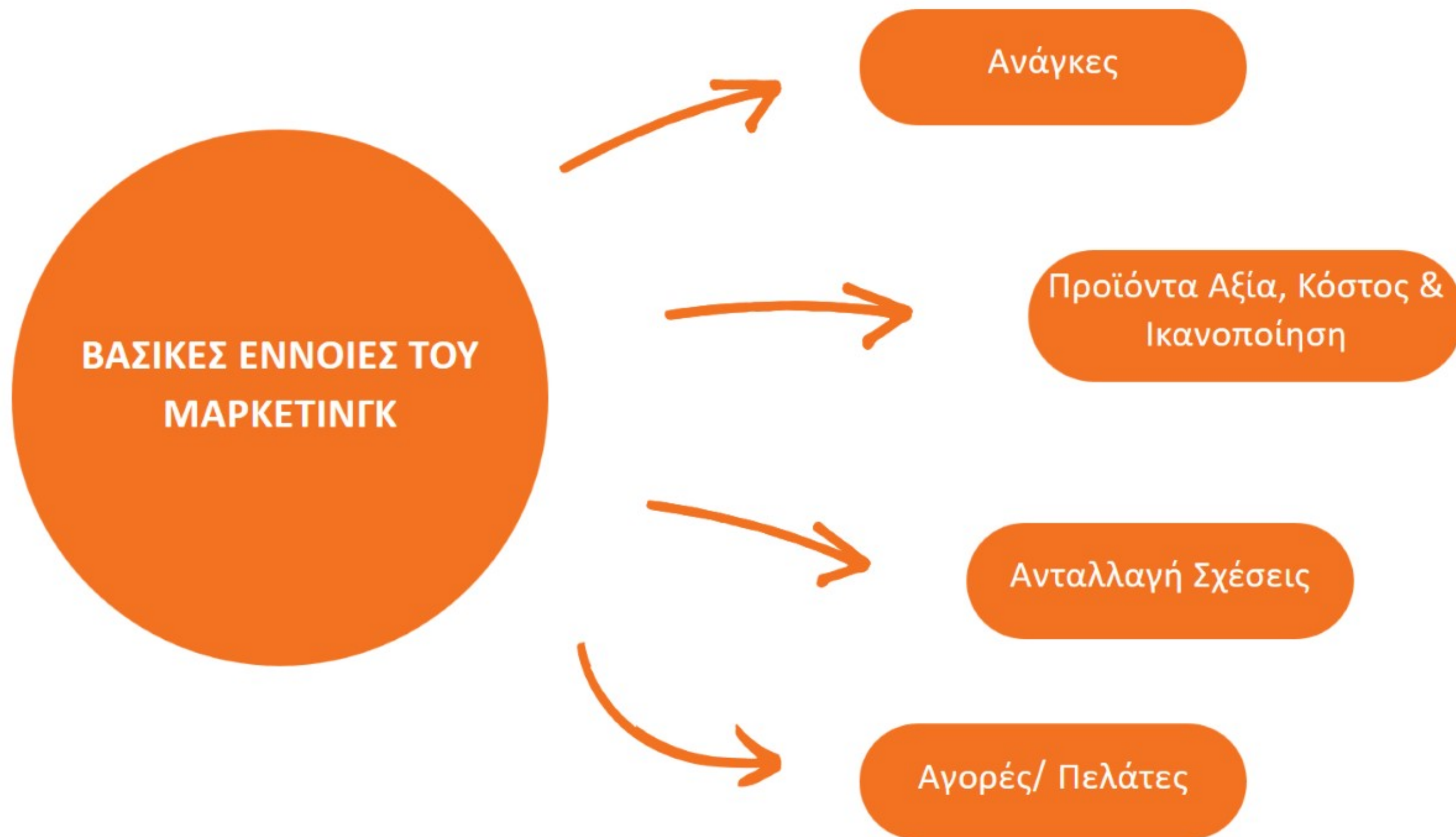
ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΤΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ;

▶ Το Μάρκετινγκ (ΜΚΤ) είναι μια κοινωνική διαδικασία και μια διαδικασία μάνατζμεντ με την οποία τα άτομα αλλά και οι ομάδες αποκτούν αυτά που χρειάζονται και επιθυμούν, διαμέσου της δημιουργίας και ανταλλαγής προϊόντων & αξιών (Kotler, 1999).

Βασικός στόχος

Επαναλαμβανόμενες πωλήσεις , μακροχρόνια σχέση με τον πελάτη, πιστότητα των πελατών





ΜΕΙΓΜΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Το μείγμα μάρκετινγκ είναι ένα επιχειρηματικό εργαλείο που χρησιμοποιείται στο μάρκετινγκ από τους εμπόρους και είναι συχνά ζωτικής σημασίας για τον προσδιορισμό ενός προϊόντος ή προσφοράμάρκας και συνδέεται συχνά με τα τέσσερα P.

ΜΕΙΓΜΑ ΜΑΡΚΤΙΝΓΚ



Προϊόν



Τιμή



Διανομή



Προώθηση

ΣΥΣΤΑΤΙΚΑ ΜΕΡΗ ΤΩΝ 4ΑΡΩΝ Π ΤΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Προϊόν

Σχεδιασμός, ποιότητα, τεχνολογία , διαμόρφωση δυνατού ονόματος , υπηρεσίες , διαθεσιμότητα

Τιμή

Στατηγική, λίστα τιμών, εκπτώσεις, άδειες, περίοδο πληρωμής, όρους πίστωσης, μέθοδοι πληρωμής

Διανομή

Κανάλια εμπορίου, κάλυψη, συλλογές, τοποθεσίες, μεταφορές, αποθήκη, ηλεκτρονικό εμπόριο

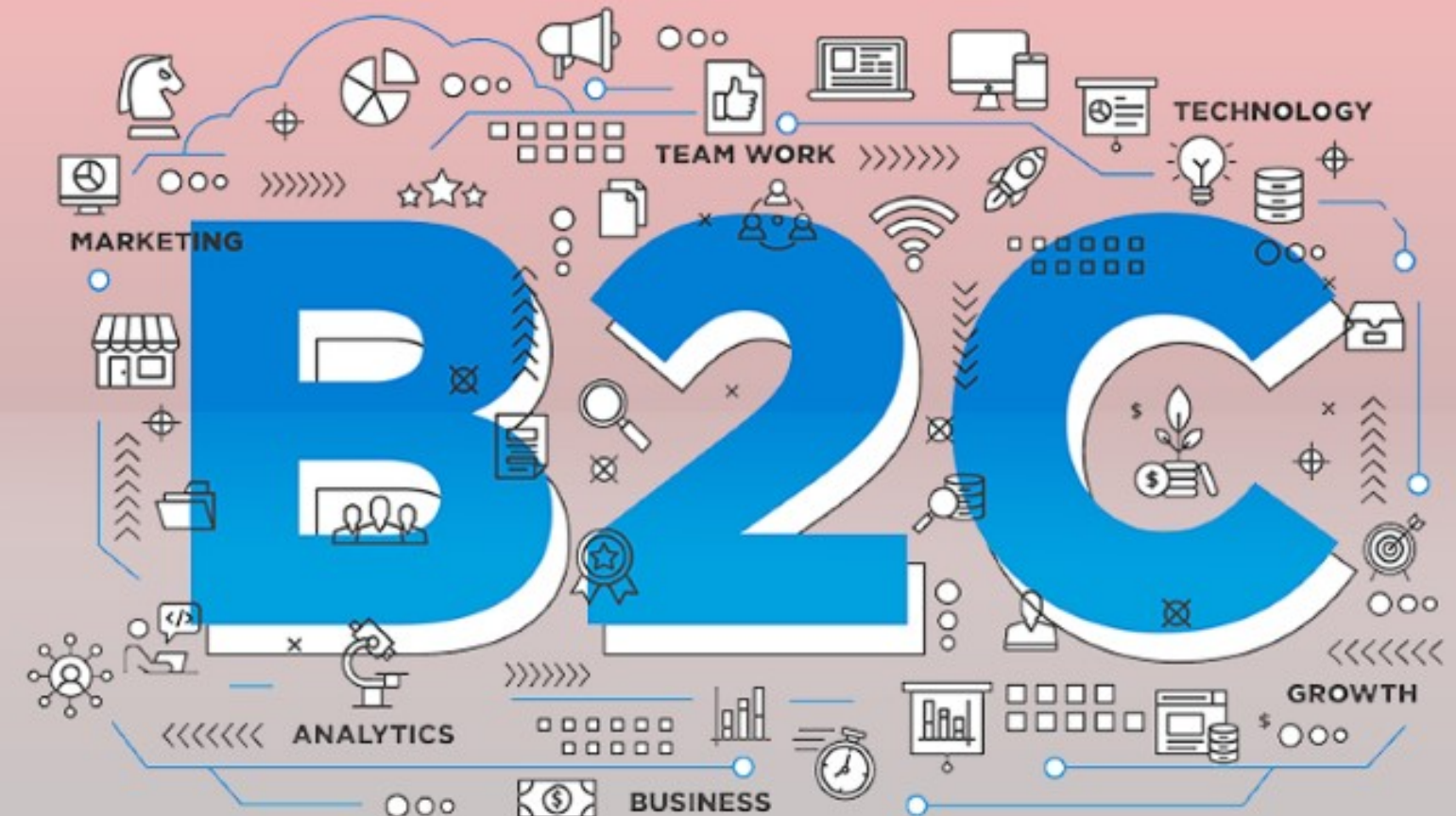
Προώθηση

Διαφήμιση, προσωπικές πωλήσεις, προώθηση πωλήσεων, δημόσιες σχέσεις, απευθείας ενέργειες, ταυτότητα οργανισμού, τυποποίηση ή μορφή προώθησης

Business-to-Bussines



Business-to-Cunsumer



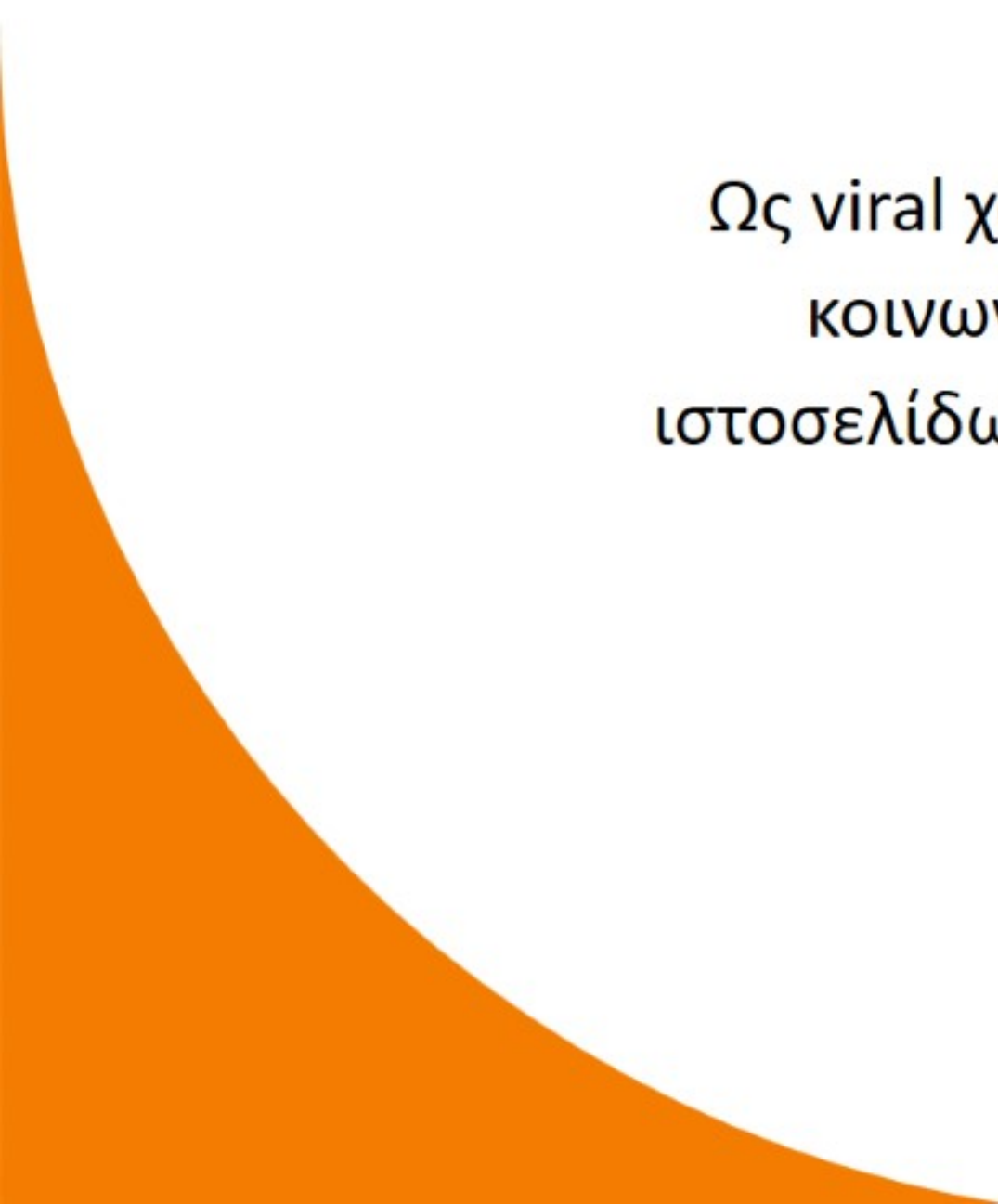
B2B vs B2C

Μικρότερη ένταση, Υψηλότερη τιμή	Μεγαλύτερη ένταση, χαμηλότερη τιμή
Εκπαίδευση, Αποτελεσματικότητα	Ψυχαγωγία, Ευκολία
Διαπροσωπικές σχέσεις	Συναλλακτικές Σχέσεις
Λογική και χαρακτηριστικά	Επιθυμίες και οφέλη
Μακροπρόθεσμοι στόχοι	Μη Μακροπρόθεσμοι στόχοι
Μεγάλος κύκλος πωλήσεων	Μικρός κύκλος πωλήσεων



ΤΙ ΟΝΟΜΑΖΟΥΜΕ VIRAL;

Ως viral χαρακτηρίζεται ένα βίντεο το οποίο γίνεται δημοφιλές μέσω κοινωνικής διαδικτυακής διαμοίρασης (internet sharing) μέσω ιστοσελίδων φιλοξενίας βίντεο που χαρακτηρίζονται από χιουμοριστικό περιεχόμενο.



ΤΙ ΧΡΕΙΑΖΕΤΑΙ ΓΙΑ ΝΑ ΓΙΝΕΙ VIRAL ΤΟ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ;

01

Κατάλληλο είδος
διαδικασίες

02

Προϋποθέσεις και
περιεχόμενο
επιλέγοντας θέμα
που θα τραβήξει
την
προσοχή

03

Καθοριστικός
παράγοντας

ΤΙ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΜΟΙΡΑΖΟΝΤΑΙ ΟΙ ΧΡΗΣΤΕΣ;

1. Χιουμοριστικά (ανέκδοτα, βίντεο, gif)
2. Σκεπτικά (επιστήμη, ντοκιμαντέρ, ειδήσεις, τεχνολογία)
3. Πρωτότυπα ή παράξενα (ιστορία, ζωικό βασίλειο, fun facts)
4. Δραματικό στοιχείο (ταινίες μικρού μήκους, βίντεο, αληθινές ιστορίες, testimonials, success stories)
5. Παρουσίαση εξαιρετικού (τέχνη, αθλητικά ρεκόρ, κατορθώματα, ειδικές δεξιότητες)
6. Χαριτωμένα (γατάκια, σκυλάκια)

ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΤΟ ΨΗΦΙΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ;

Το μάρκετινγκ είναι η συντονισμένη και οργανωμένη προσπάθεια μιας επιχείρησης να ικανοποιήσει τις ανάγκες των καταναλωτών προωθώντας τα αγαθά ή τις υπηρεσίες μας χρησιμοποιώντας ηλεκτρονικά μέσα.



Γιατί το χρειάζεται η επιχείρηση;

Καταφέρνουμε να προσελκύσουμε καινούργιους πελάτες, δημιουργούμε σχέσεις και αποκτούμε πιστούς καταναλωτές, με αυτόν τον τρόπο καταφέρνουμε να αναπτύξουμε γρηγορότερα την επιχείρηση.



ΜΕΡΙΚΑ ΑΠΟ ΤΑ ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΤΟΥ ΨΗΦΙΑΚΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΠΟΥ ΜΠΟΡΕΙ ΝΑ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΣΕΙ ΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ:

- Προώθηση μέσω των καναλιών δικτύωσης (facebook, instagram)
- Αποστολή προωθητικών email και newsletter στους δυνητικούς πελάτες
- Καμπάνιες προώθησης στις μηχανές αναζήτησης
- Παροχή χρήσιμου περιεχομένου με σκοπό την προώθηση των αγαθών/ υπηρεσιών
- Προώθηση μέσω Android και IOS εφαρμογών για την επιχείρηση.

ΤΑ 6 ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΑ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

- 01** Στόχευση κοινού (προβολή διαφήμισης σε απευθυνόμενες ηλικίες ή φύλλο π.χ γυναίκες 26-45 ετών)
- 02** Μετρήσιμα αποτελέσματα (πληροφορίες ή στατιστικά π.χ πόσοι είδαν την διαφήμιση ή βίντεο)
- 03** Ευρύ κοινό (διαφήμιση σε όλη την Ελλάδα με ένα κλικ)
- 04** Χαμηλότερο κόστος (σε σύγκριση με το παραδοσιακό το ψηφιακό είναι μονόδρομος)
- 05** Αποτελεσματικότητα (ψηφιακή αφίσα προωθώντας την στο facebook)
- 06** Ταχύτητα (προωθείς ένα γεγονός μέσα σε 24 ώρες).



SOCIAL MEDIA MARKETING – TIK TOK

Ο όρος «social media marketing» περιγράφει τη διαδικασία της δημιουργίας περιεχομένου, το οποίο είναι προσαρμοσμένο στο ύψος του κάθε μέσου, προκειμένου να επιτευχθεί το engagement και η διανομή αυτού του περιεχομένου (sharing).

**Η χρήση και η εξάπλωση των social media
υπαγορεύουν διαφορετικό τρόπο ζωής των
καταναλωτών:**

Το 44% των εταιρειών «χτίζει» την επιχείρησή
μέσω Facebook,

το 57% αύξησε το δυναμικό τους πλαίσιο αναπτυξιακής πορείας από την στιγμή που εντάχθηκαν στο Facebook,

ενώ 4,5 εκατ. Επιχειρήσεις χρησιμοποιούν το δημοφιλές μέσο κοινωνικής δικτύωσης για να προσελκύσουν πελάτες .

Μέσα κοινωνικής δικτύωσης που υπάρχουν:



Στάδια επιγραμματικά που απαιτούνται για να οργανώσετε το στρατηγικό πλάνο για το marketing της επιχείρησής σας στα social media:

- Έρευνα και ανάλυση του κοινού στο οποίο θα στοχεύσετε τις ενέργειές σας
 - Καθορισμός των πιο σημαντικών metrics
 - Έρευνα του ανταγωνισμού σας στα social media
 - Δημιουργία και διανομή engaging περιεχομένου ανάλογα με το ύφος της κάθε πλατφόρμας social media
 - Αλληλεπίδραση με το κοινό και επίλυση των προβλημάτων τους μέσω των social media
 - Παρακολούθηση των επιδόσεων και συνεχής βελτίωση των ενεργειών
 - Επιλογή ενός αξιόπιστου συνεργάτη

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΤΙΚ ΤΟΚ :

Λίγα λόγια ...

Το TikTok είναι μια δημοφιλής πλατφόρμα κοινωνικής δικτύωσης που επιτρέπει στους χρήστες να δημιουργούν, να μοιράζονται και να παρακολουθούν βίντεο μικρής διάρκειας, διάρκειας από μερικά δευτερόλεπτα έως 10 λεπτά. Οι χρήστες μπορούν να προσθέτουν μουσική, φίλτρα, εφέ και διάφορα άλλα στοιχεία στα βίντεο τους. Το TikTok έχει γίνει δημοφιλές για τον χορό, τις κωμικές σκηνές, τις προκλήσεις και τις δημιουργικές εκφράσεις.



ΤΟ ΤΙΚ ΤΟΚ ΩΣ: ΕΡΓΑΛΕΙΟ- ΜΈΣΟ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ ΓΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΉΣΕΙΣ.

Αποτελεσματική στρατηγική για τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

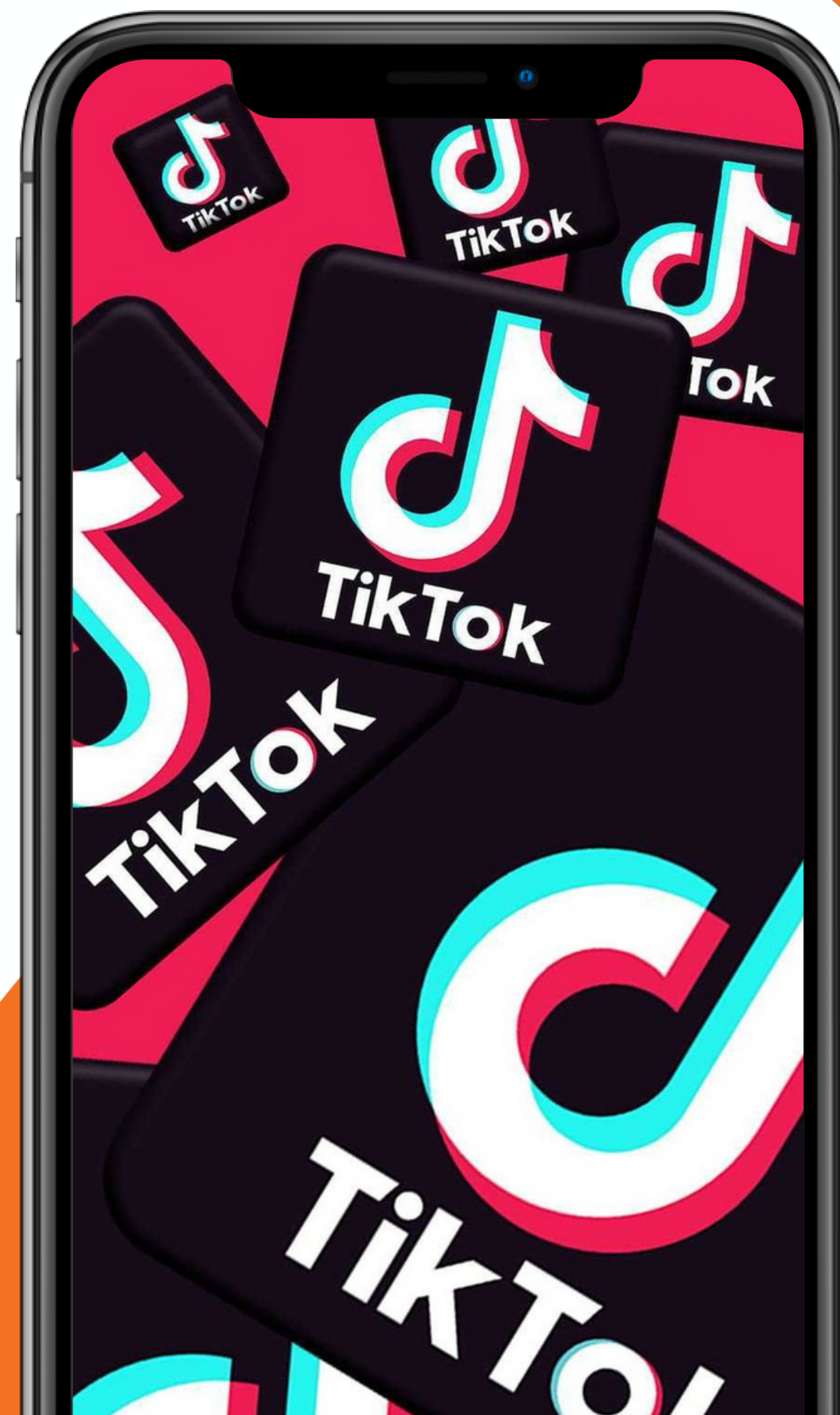
- Καθορισμός στόχων
- Κατανόηση του κοινού
- Επιλογή των κατάλληλων πλατφορμών
- Δημιουργία περιεχομένου
- Δημιουργία ημερολογίου περιεχομένου
- Αλληλεπίδραση με το κοινό
- Χρήση εργαλείων analytics
- Διαφήμιση στα social media
- Προσαρμογή και βελτίωση



ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ

Για να πετύχετε στον κόσμο του μάρκετινγκ στο TikTok, είναι απαραίτητο να υιοθετήσετε την :

1. αυθεντικότητα,
2. δημιουργικότητα,
3. βαθιά κατανόηση της δυναμικής της πλατφόρμας.





ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

<https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%9C%CE%AC%CF%81%CE%BA%CE%B5%CF%84%CE%B9%CE%BD%CE%B3%CE%BA>

https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%9C%CE%B5%CE%AF%CE%B3%CE%BC%CE%B1_%CE%BC%CE%AC%CF%81%CE%BA%CE%B5%CF%84%CE%B9%CE%BD%CE%B3%CE%BA

<https://opencourses.ionio.gr/modules/document/file.php/DMC126/02.6%20%CE%9C%CE%AF%CE%B3%CE%BC%CE%B1%20%CE%9C%CE%AC%CF%81%CE%BA%CE%B5%CF%84%CE%B9%CE%BD%CE%B3%CE%BA%20%CE%A0%CF%81%CE%BF%CF%8A%CF%8C%CE%BD%CF%84%CF%89%CE%BD%20%26%20%CE%A5%CF%80%CE%B7%CF%81%CE%B5%CF%83%CE%AF%CF%89%CE%BD%20-NC.pdf>

<https://www.wordstream.com/blog/ws/2019/05/20/b2b-vs-b2c>