



Τ.Ε.Ι. Λάρισσας
Παράρτημα
Καρδίτσας

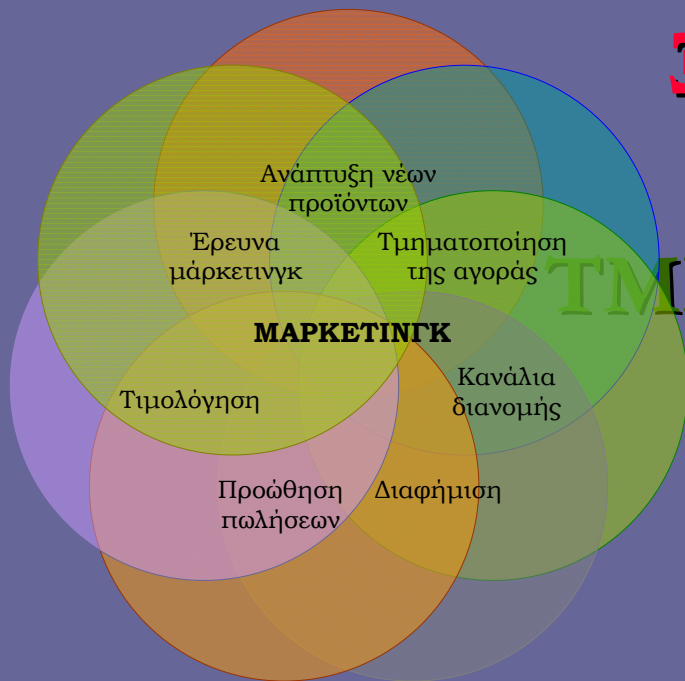


Τμήμα Σχεδιασμού και Τεχνολογίας Ξύλου και Επίπλου

ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟ ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΜΑΘΗΜΑ:

ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΞΥΛΟΥ ΚΑΙ ΕΠΙΠΛΟΥ



ΤΜΗΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗ ΑΓΟΡΑΣ

Δρ. Ιωάννης Παπαδόπουλος
Αναπληρωτής Καθηγητής

ΚΑΡΔΙΤΣΑ 2008-2009

ΤΜΗΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

- Αγορά επίπλων είναι ο φυσικός χώρος στον οποίο οι αγοραστές και οι πωλητές συγκεντρώνονται για να αγοράσουν οι πρώτοι έπιπλα.
- Ως αγορά εννοείται και ο καθορισμός των καταναλωτών ή των εταιριών στους οποίους προορίζονται να διατεθούν τα έπιπλα αυτά.

ΤΜΗΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

- Δύο βασικές αγορές για τα έπιπλα:
 1. η οικιακή αγορά που αποτελείται από τους ανθρώπους που αγοράζουν τις επιπλώσεις για τη χρήση και την απόλαυσή τους και
 2. η επαγγελματική αγορά, αποτελείται από την καθεμία που αγοράζει τις επιπλώσεις για οποιεσδήποτε μη οικιακές χρήσεις, όπως είναι τα γραφεία, τα ξενοδοχεία, τα ενοικιαζόμενα δωμάτια ή τα ιατρεία.

ΤΜΗΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

- Επειδή κανένα προϊόν δεν απευθύνεται σε όλους, πρέπει η αγορά να χωριστεί σε τομείς.
- Ο προσδιορισμός της αγοράς μπορεί να γίνει με συνδυασμό διαφόρων παραγόντων, όπως
 - **Το προϊόν,**
 - μονάδα προϊόντος,
 - γκάμα προϊόντος,
 - πωλήσεις εταιρίας,
 - πωλήσεις του κλάδου, ή
 - το σύνολο των ομοειδών προϊόντων
 - **Το χρόνο**
 - μηνιαία,
 - ετήσια,
 - βραχυχρόνια,
 - μακροπρόθεσμα,

ΤΜΗΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

- **την περιοχή διάθεσης των προϊόντων**
 - μεμονωμένος πελάτης,
 - περιοχή,
 - Περιφέρεια,
 - Ελλάδα,
 - Βαλκάνια,
 - Ευρωπαϊκή Ένωση,
 - Παγκόσμια.
- Ο συνδυασμός μόνο των παραπάνω παραγόντων δημιουργεί, ήδη, **140** τμήματα της αγοράς.

ΤΜΗΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

- Ο όρος **τμηματοποίηση της αγοράς** δηλώνει την κατανομή της γενικής αγοράς σε μικρότερες ομάδες που έχουν σχετικά παρόμοιες ανάγκες και ζήτηση προϊόντων.
- Μια σωστή τμηματοποίηση της αγοράς πρέπει να είναι και να **προσδιορίζεται και να περιγράφεται εύκολα.**
- Αυτό σημαίνει ότι ένας επιχειρηματίας πρέπει να ξέρει:
 - ποιοι αγοραστές αποτελούν το τμήμα αυτό, όπως και
 - να μπορεί να προσδιορίσει όλα εκείνα τα χαρακτηριστικά που κάνουν έναν αγοραστή ή μια επιχείρηση να είναι μέλη του τμήματος.
- Τα μέλη του τμήματος πρέπει να είναι όσο το δυνατόν ομοιότερα, όσον αφορά το προϊόν που θέλει και χρειάζεται.
- Ένα καλό τμήμα πρέπει επίσης να περιέχει **αρκετούς πελάτες** έτσι ώστε να είναι **κερδοφόρο** για την επιχείρηση επίπλων.

Χαρακτηριστικά που χρησιμοποιούνται για την τμηματοποίηση της αγοράς

Δημογραφικά χαρακτηριστικά

Φύλο

Εισόδημα

Ηλικία

Οικογενειακή κατάσταση

Εθνικότητα

Χαρακτηριστικά που χρησιμοποιούνται για την τμηματοποίηση της αγοράς

Γεωγραφικά χαρακτηριστικά

Γεωγραφική περιοχή

Αστικός

Ημιαστικός

Αγροτικός

Πυκνότητα πληθυσμού

Χαρακτηριστικά που χρησιμοποιούνται για την τμηματοποίηση της αγοράς

Ψυχογραφικά χαρακτηριστικά

```
graph TD; A[Ψυχογραφικά χαρακτηριστικά] --> B[Επάγγελμα]; A --> C[Ενδιαφέροντα]; A --> D[Προσωπικότητα];
```

Επάγγελμα

Ενδιαφέροντα

Προσωπικότητα

*Χαρακτηριστικά που χρησιμοποιούνται για την
τμηματοποίηση της αγοράς*

**Χαρακτηριστικά
συμπεριφοράς**

Συχνότητα χρήσης του προϊόντος

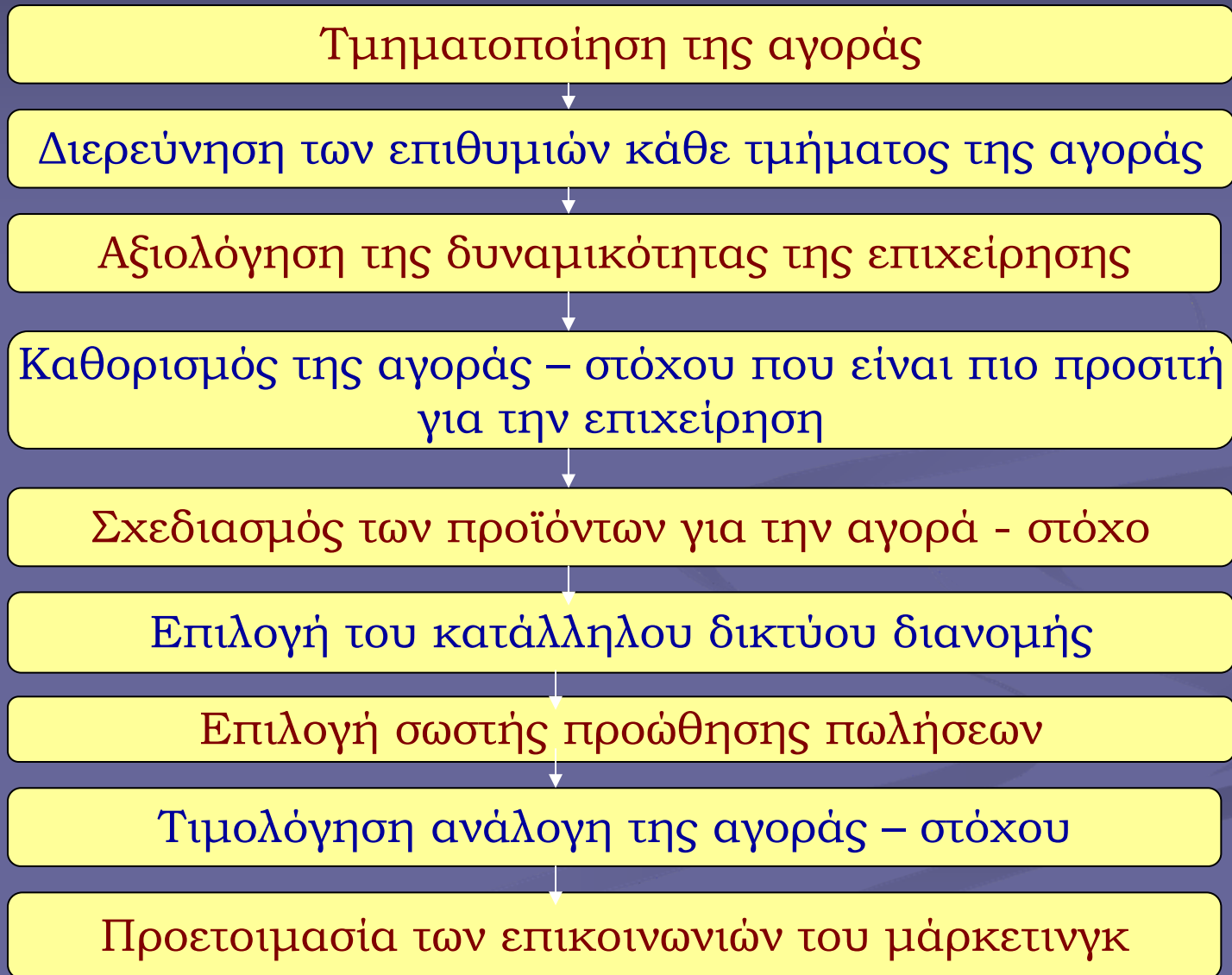
Εμπιστοσύνη στο προϊόν

Αναμενόμενα οφέλη

Χαρακτηριστικά των μεταβλητών τμηματοποίησης της αγοράς

- να είναι μετρήσιμο το μέγεθος και η αγοραστική δύναμη των καταναλωτών,
- να είναι ουσιαστικά, δηλαδή μεγάλα τμήματα και αρκετά αποδοτικά,
- να έχουν προσβασιμότητα, δηλαδή τμήματα με αποτελεσματική πρόσβαση και εξυπηρέτηση και
- να έχουν δυνατότητα διαμόρφωσης προγραμμάτων, ώστε να προσελκύουν και να εξυπηρετούν τα τμήματα.

Τα βήματα που θα πρέπει ο κατασκευαστής να ακολουθήσει για το μάρκετινγκ αγοράς - στόχου



Η επιλογή των τμημάτων της αγοράς που θα επικεντρωθεί η επιχείρηση

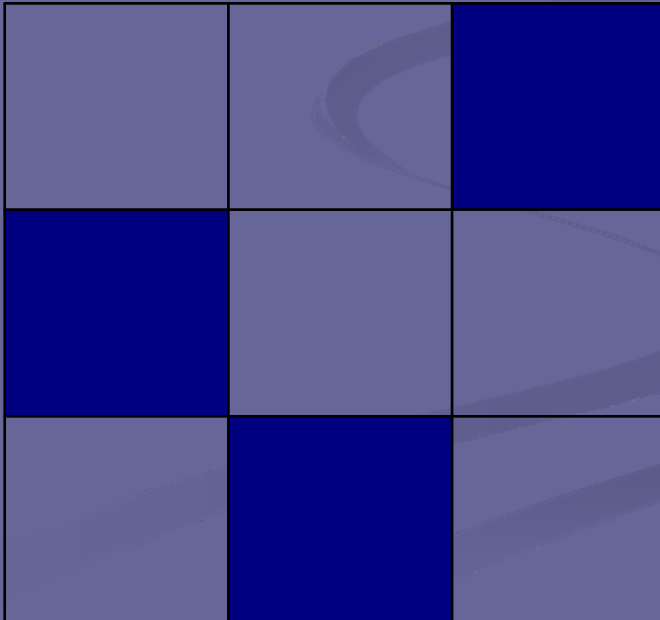
1. Έμφαση σε **ένα τμήμα**, όπου μπορεί η επιχείρηση να γνωρίσει καλύτερα τις ανάγκες του καταναλωτή, καθώς και τους κατάλληλους τρόπους διανομής και προώθησης του προϊόντος.

	<i>A1</i>	<i>A2</i>	<i>A3</i>
<i>Π1</i>			
<i>Π2</i>			
<i>Π3</i>			

Η επιλογή των τμημάτων της αγοράς που θα επικεντρωθεί η επιχείρηση

2. **Επιλεκτική εξειδίκευση**, όπου η επιχείρηση επιλέγει να δραστηριοποιηθεί σε διάφορα τμήματα, ανάλογα με τις δυνατότητές της.

	<i>A1</i>	<i>A2</i>	<i>A3</i>
<i>Π1</i>			
<i>Π2</i>			
<i>Π3</i>			



Η επιλογή των τμημάτων της αγοράς που θα επικεντρωθεί η επιχείρηση

3. **Εξειδίκευση προϊόντος**, όπου η επιχείρηση επικεντρώνεται σε ένα συγκεκριμένο προϊόν, που πουλά σε διάφορα τμήματα της αγοράς.

	<i>A1</i>	<i>A2</i>	<i>A3</i>
<i>Π1</i>			
<i>Π2</i>			
<i>Π3</i>			

Η επιλογή των τμημάτων της αγοράς που θα επικεντρωθεί η επιχείρηση

4. **Εξειδίκευση αγοράς**, όπου εξυπηρετείται πολλές ανάγκες σε προϊόντα ενός συγκεκριμένου τμήματος

	<i>A1</i>	<i>A2</i>	<i>A3</i>
<i>Π1</i>			
<i>Π2</i>			
<i>Π3</i>			

Η επιλογή των τμημάτων της αγοράς που θα επικεντρωθεί η επιχείρηση

5. **Ολική κάλυψη**, όπου ικανοποιούνται όλα τα τμήματα με όλα τα προϊόντα που έχουν ανάγκη.

	<i>A1</i>	<i>A2</i>	<i>A3</i>
<i>Π1</i>			
<i>Π2</i>			
<i>Π3</i>			

Στόχοι της τμηματοποίησης της αγοράς

- ✓ Να καθορίσουμε την αγορά – στόχο, μέσα από την έρευνα και ανάλυση της συμπεριφοράς του καταναλωτή.
- ✓ Να θέσουμε ρεαλιστικούς στόχους για το μάρκετινγκ και τις πωλήσεις.
- ✓ Να παίρνουμε σωστές αποφάσεις, ύστερα από ανάλυση των διαφόρων επιλογών που έχουμε.
- ✓ Να διαπιστώσουμε το μερίδιο της αγοράς που κατέχουμε και
- ✓ Να αναγνωρίσουμε τους ανταγωνιστές μας.

Ανάλυση της τμηματοποίησης της αγοράς

1. Δημογραφικά χαρακτηριστικά

• Ηλικία:

 <3 3-5 6-11 12-19 20-34 35-49 50-64 65+

Φύλο:

 Άνδρας Γυναίκα

Οικογενειακή κατάσταση:

 Εργένης Νιόπαντρος Οικογενειάρχης Χήρος

Μέγεθος οικογένειας:

 1-2 3-4 5+

Είδος κατοικίας:

 Διαμέρισμα Μονοκατοικία Ενοικιαζόμενο δωμάτιο Ενοικιαζόμενες κατοικίες

Ανάλυση της τμηματοποίησης της αγοράς

1. Δημογραφικά χαρακτηριστικά

Επάγγελμα:

- Δημόσιος υπάλληλος
- Ιδιωτικός υπάλληλος
- Ελεύθερος επαγγελματίας
- Έμπορος
- Επιχειρηματίας
- Συνταξιούχος
- Αγρότης
- Τεχνίτης
- Μαθητής
- Σπουδαστής
- Οικιακά
- Άνεργος

Ανάλυση της τμηματοποίησης της αγοράς

1. Δημογραφικά χαρακτηριστικά

Οικογενειακό εισόδημα:

- <500 € 501-1.000 € 1.001-1.500 €
 1.501-2.000 € 2.000+ €

Επίπεδο εκπαίδευσης:

- Μεταπτυχιακό – Διδακτορικό Α.Ε.Ι.
 Α.Τ.Ε.Ι. Ι.Ε.Κ. Β'θμια εκπαίδευση
 Β'θμια εκπαίδευση Αγράμματος

Εθνικότητα:

- Ελληνική Ε.Ε. Άλλη χώρα Ευρώπης
 Ασία Αμερική Αυστραλία
 Αφρική

Ανάλυση της τμηματοποίησης της αγοράς

2. Γεωγραφικά χαρακτηριστικά

- Πόλη /Χωριό
- Δήμος
- Περιφέρεια
- Χώρα
- Ταχυδρομικός Κώδικας
- Πυκνότητα πληθυσμού
- Κλίμα
- Κλπ