



Τ.Ε.Ι. Λάρισας
Παράρτημα
Καρδίτσας



Τμήμα Σχεδιασμού και Τεχνολογίας Ξύλου και Επίπλου

ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟ ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΜΑΘΗΜΑ:

ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΕΥΛΟΥ ΚΑΙ ΕΠΙΠΛΟΥ



ΠΡΩΘΗΣΗ ΠΩΛΗΣΕΩΝ

Δρ Ιωάννης Παπαδόπουλος
Αναπληρωτής Καθηγητής

ΚΑΡΔΙΤΣΑ 2008-2009

Προώθηση πωλήσεων επιχειρήσεων επίπλου και ξύλου

- **Προώθηση πωλήσεων** είναι οι δραστηριότητες μιας επιχείρησης, που χωρίς προσωπική επαφή, πραγματοποιεί μια χαρακτηριστική προσφορά, σε καθορισμένους πελάτες, μέσα σε συγκεκριμένο χρονικό όριο, με σκοπό να επηρεαστεί η νοοτροπία και η συμπεριφορά του για το προϊόν της.
- Η **διαφορά** της προώθησης πωλήσεων με τη διαφήμιση είναι ότι:
 - η δεύτερη απευθύνεται σε μεγάλο αριθμό πελατών ταυτόχρονα, ενώ η πρώτη σε συγκεκριμένους και περιορισμένους πελάτες.
 - η προώθηση έχει μεγαλύτερη ευελιξία και είναι άμεσα αποτελεσματική.

Τρόποι προώθησης πωλήσεων

ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΠΩΛΗΣΕΩΝ

ΠΡΟΣ ΤΟΥΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ

Μείωση της τιμής

Κουπόνια

Διαγωνισμοί

Δώρα με την πραγματοποίηση αγορών

Δώρα σε αυτούς που συμμετέχουν σε έρευνα της εταιρίας

Εγγυήσεις

Ειδικές εκθέσεις και παρουσιάσεις

ΠΡΟΣ ΤΟΥΣ ΛΙΑΝΟΠΩΛΗΤΕΣ

Ειδικές εκπτώσεις - μειώσεις τιμής

Παρατεταμένες πιστώσεις

Πώληση με δικαίωμα επιστροφής

Συμμετοχή στη διαφήμιση

Εκπαίδευση - επιμόρφωση

Αμοιβαίες εμπορικές συμφωνίες

Διαγωνισμοί

Παροχή βοήθειας στο management

Ειδικές εκθέσεις

Οι στόχοι της προώθησης πωλήσεων

- Να **πληροφορήσει** και **ενημερώσει** τους καταναλωτές και τους λιανοπωλητές για τα προϊόντα της επιχείρησης
- Να **εντοπίσει** και να φέρει **νέους πελάτες** στην επιχείρηση ή στα καταστήματα λιανικής πώλησης
- Να **αυξήσει τον αριθμό** των καταναλωτών ή των μεσαζόντων που αγοράζουν τον συγκεκριμένο τύπο επίπλων
- Να **επιβεβαιώσει** ή να **βελτιώσει την εικόνα** για το καλό όνομα της επιχείρησης στη συνείδηση των αγοραστών της
- Να **οδηγήσει σε μεγαλύτερες αγορές** από αυτές που θα προέκυπταν κανονικά μόνο από την προσωπική πώληση και τη διαφήμιση.
- Να **ενισχύσει την αποτελεσματικότητα** της διαφήμισης και της προσωπικής πώλησης
- Να **αυξήσει τις παραγγελίες** των λιανοπωλητών και να διατηρήσουν μεγαλύτερα αποθέματα επίπλων
- Να **εξουδετερώσει**, ενδεχομένως, τις ενέργειες του **μάρκετινγκ των ανταγωνιστών.**

Τεχνικές προώθησης πωλήσεων

- Πολλές φορές δίνονται από τις μεγάλες κατασκευαστικές επιχειρήσεις επίπλων, **κίνητρα** στους λιανοπωλητές που εμπορεύονται έπιπλα, ανάλογα με το ύψος των πωλήσεων που πραγματοποιούν, να κερδίσουν ένα μεγάλο βραβείο, όπως ένα ταξίδι στο εξωτερικό ή μια κρουαζιέρα.
- Ένας σημαντικός αριθμός από **εμπορικά σήματα, αφίσες, εμβλήματα, ταινίες, (CD, Video), κάρτες**, κλπ, σχεδιάζονται και μοιράζονται για να προσελκύσουν και την προσοχή του λιανικού αγοραστή επίπλων, αλλά να ενισχύσει τις πωλήσεις του λιανοπωλητή επίπλων.
- Μερικές φορές οι κατασκευαστές **διαφημίζονται** σε διάφορα περιοδικά ή σε ΜΜΕ στο Internet κλπ και μαζί με τη δική τους προώθηση, επιδιώκουν να προωθήσουν και τα καταστήματα των λιανοπωλητών τους, που έχουν σε διάφορες περιοχές, με την αναφορά τους μέσα στη γενική διαφήμιση.

Τεχνικές προώθησης πωλήσεων

- Σαν επιπλέον κίνητρο στους λιανοπωλητές για να εφοδιάσει τα προϊόντα του, ένας κατασκευαστής μπορεί να **προσφέρει την τεχνική βοήθεια** στη δημιουργία ελκυστικών καταστημάτων, όπως και στην τοποθέτηση των επίπλων μέσα σε αυτά.
- **Η ποικιλία των προωθήσεων τιμών** που μπορεί να έχει ένας λιανοπωλητής και ιδιαίτερα, όταν τα οικονομικά δεν είναι και τόσο ανθηρά, αποτελεί ένα από τα αποτελεσματικότερα μέσα προώθησης επίπλων πχ.
 - δίνονται γενναιόδωροι **όροι πιστώσεων**, όπως και παρατάσεις του χρονικού διαστήματος (για 2-3 μήνες) που ο λιανοπωλητής πρέπει να πληρώσει για τα εμπορεύματα, για να παραλάβει και νέες παρτίδες.
 - οι **ειδικές τιμές** σε επιλεγμένα κομμάτια ή παρτίδες επίπλων, μπορούν να βοηθήσουν έναν έμπορο για να πάρει μια απόφαση αγοράς τους, ενώ σε διαφορετική περίπτωση δεν θα συνέβαινε.
 - η **ανάληψη των εξόδων μεταφοράς** των επίπλων μπορεί να αποτελεί έναν σημαντικό παράγοντα προώθησης τιμών.

Τεχνικές προώθησης πωλήσεων

- Ενισχυτικό κίνητρο αγοράς επίπλων μπορεί να αποτελέσει και η **διανομή διαφόρων διαφημιστικών** όπως: ημερολόγια, μπλούζες, φόρμες εργασίας, στυλό, αναπτήρες, κούπες του καφέ ή τσαγιού κλπ με το όνομα του κατασκευαστή.
- Η αγορά ενός σημαντικού αριθμού προϊόντων από έναν καταναλωτή θα μπορούσε να δοθεί ως **δώρο και ένα άλλο προϊόν**, όπως μια τηλεόραση ή μια πολυθρόνα γραφείου ή οτιδήποτε άλλο.
- Στα εγκαίνια ενός καταστήματος επίπλων μπορεί να διανέμονται **εκπτωτικά κουπόνια** (πχ 20% έκπτωση) με την αγορά συγκεκριμένων προϊόντων, μέχρι μια συγκεκριμένη ημερομηνία.
- Οι λιανοπωλητές, όπως και οι κατασκευαστές, για να διατηρήσουν το όνομά του καταστήματός τους απέναντι στους πελάτες τους, μπορεί να γίνουν **χορηγοί** σε διάφορες πολιτιστικές εκδηλώσεις ή να υποστηρίξουν αθλητικών ομάδων νεολαίας.

Προετοιμασία ενός σχεδίου προώθησης πωλήσεων

- Τα βήματα από την αρχή ενός τέτοιου σχεδίου θα πρέπει να είναι:
 - 1.Ο καθορισμός των στόχων της προώθησης πωλήσεων
 - 2.Η αναλυτική εξέταση και επιλογή των κατάλληλων τεχνικών (αφού προσδιοριστούν παράλληλα: η ημερομηνία εφαρμογής τους, η διάρκεια τους, ποιοι θα την υποστηρίξουν, σε ποιες περιοχές ή σε ποια καταστήματα θα εφαρμοστεί κλπ)
 - 3.Η δοκιμαστική εφαρμογή της μεθόδου
 - 4.Η παρακολούθηση των αποτελεσμάτων εφαρμογής της μεθόδου
 - 5.Εφαρμογή της μεθόδου σε μεγάλη έκταση.
 - 6.Τελική αξιολόγηση αυτής σε βάθος.