

ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

7^Η ΕΝΟΤΗΤΑ: ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΜΚΤ

Κατηγορίες Μάρκετινγκ

Το μάρκετινγκ μπορεί να διακριθεί σε γενικές και ειδικές κατηγορίες, ανάλογα με τον τομέα εφαρμογής και τη στρατηγική που ακολουθείται.

Γενικό Μάρκετινγκ

1. Καταναλωτικό Μάρκετινγκ (B2C):

- ο Εστιάζει στην προώθηση και πώληση προϊόντων ή υπηρεσιών απευθείας στους καταναλωτές.
- ο Παραδείγματα: Λιανική πώληση, διαφήμιση προϊόντων καταναλωτικής χρήσης.

2. Επιχειρηματικό Μάρκετινγκ (B2B):

- ο Αφορά τις συναλλαγές μεταξύ επιχειρήσεων. Προϊόντα και υπηρεσίες πωλούνται σε άλλες επιχειρήσεις.
- ο Παραδείγματα: Προμήθεια πρώτων υλών, βιομηχανικός εξοπλισμός.

3. Διεθνές Μάρκετινγκ:

- ο Περιλαμβάνει τη στρατηγική και την εκτέλεση δραστηριοτήτων μάρκετινγκ σε διεθνές επίπεδο, προσαρμοσμένες στις τοπικές αγορές.
- ο Παραδείγματα: Διεθνείς διαφημιστικές καμπάνιες, προσαρμογή προϊόντων στις τοπικές προτιμήσεις.

Ειδικό Μάρκετινγκ

1. Ψηφιακό Μάρκετινγκ:

- ο Χρησιμοποιεί ψηφιακές τεχνολογίες και μέσα (π.χ. κοινωνικά δίκτυα, email, SEO) για την προώθηση προϊόντων και υπηρεσιών.

- ο Παραδείγματα: Διαφήμιση στα κοινωνικά δίκτυα, email marketing, περιεχόμενο ιστοσελίδων.

2. Περιεχόμενο Μάρκετινγκ:

- ο Εστιάζει στη δημιουργία και διανομή πολύτιμου περιεχομένου για να προσελκύσει και να διατηρήσει το κοινό.
- ο Παραδείγματα: Blog, βίντεο, infographics.

3. Social Media Marketing:

- ο Αφορά τη χρήση πλατφορμών κοινωνικής δικτύωσης για την προώθηση προϊόντων και την αλληλεπίδραση με τους πελάτες.
- ο Παραδείγματα: Facebook, Instagram, Twitter διαφημίσεις.

4. Email Marketing:

- ο Χρησιμοποιεί την αποστολή email για την προώθηση προϊόντων ή την ενημέρωση πελατών.
- ο Παραδείγματα: Newsletters, ειδικές προσφορές μέσω email.

5. Influencer Marketing:

- ο Συνεργασία με άτομα που έχουν επιρροή στις κοινωνικές πλατφόρμες για να προωθήσουν προϊόντα ή υπηρεσίες.
- ο Παραδείγματα: Συνεργασίες με bloggers ή διασημότητες.

Συμπέρασμα

Η κατηγοριοποίηση του μάρκετινγκ σε γενικές και ειδικές κατηγορίες βοηθά τις επιχειρήσεις να επιλέξουν τη σωστή στρατηγική προώθησης, ανάλογα με τους στόχους τους και το κοινό που στοχεύουν.

Κατηγορίες Μάρκετινγκ Αγαθών και Υπηρεσιών

1. Μάρκετινγκ Αγαθών

A. Καταναλωτικά Αγαθά:

- **Προϊόντα Μαζικής Κατανάλωσης:** Αγαθά που αγοράζονται συχνά, όπως τρόφιμα και ποτά. Επικεντρώνονται στη διαφήμιση και τη διανομή.
- **Προϊόντα Διαρκείας:** Προϊόντα που χρησιμοποιούνται για μεγάλο χρονικό διάστημα, όπως ηλεκτρονικά και έπιπλα. Στρατηγικές προώθησης που τονίζουν την ποιότητα και τη μακροχρόνια αξία.

B. Βιομηχανικά Αγαθά:

- Αγαθά που πωλούνται σε επιχειρήσεις για επαγγελματική χρήση, όπως μηχανήματα και πρώτες ύλες. Ο μάρκετινγκ επικεντρώνεται στην τεχνική υποστήριξη και τη σχέση με τον πελάτη.

2. Μάρκετινγκ Υπηρεσιών

A. Υπηρεσίες Καταναλωτών:

- Υπηρεσίες που απευθύνονται άμεσα στους καταναλωτές, όπως υπηρεσίες ομορφιάς, υγειονομικές υπηρεσίες και εκπαίδευση. Επικεντρώνεται στη σχέση πελάτη-παρόχου και την **εμπειρία** του πελάτη.

B. Επαγγελματικές Υπηρεσίες:

- Υπηρεσίες που παρέχονται σε άλλες επιχειρήσεις, όπως λογιστικές υπηρεσίες, νομικές υπηρεσίες και συμβουλευτικές υπηρεσίες. Η στρατηγική μάρκετινγκ εστιάζει στην εμπιστοσύνη και την επαγγελματική φήμη.

Βιβλιογραφία

1. Armstrong, G., & Kotler, P. (2015). *Marketing: An Introduction* (12th ed.). Pearson.
2. Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing* (7th ed.). Pearson.
3. Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.

4. McCarthy, E. J., & Perreault, W. D. (2017). *Basic Marketing: A Marketing Strategy Planning Approach* (20th ed.). McGraw-Hill Education.
5. Solomon, M. R. (2020). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being* (13th ed.). Pearson.
6. Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (7th ed.). McGraw-Hill Education.