

## ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

### ΘΕΜΑ 4<sup>ο</sup>

**α)** Το **προϊόν** είναι τα μόνιμα εκθέματα του μουσείου, αλλά και οι διάφορες περιοδικές εκθέσεις που μπορεί να οργανωθούν, τα βιβλία, CDs, οι οδηγοί, τα αναμνηστικά που προσφέρονται προς πώληση, οι οργανωμένες επισκέψεις που μπορεί να οργανώνει με συνοδεία πολύγλωσσων ξεναγών ή άλλες εκδηλώσεις που μπορεί περιστασιακά να φιλοξενεί.

Η **τιμολογιακή του πολιτική** αφορά τις τιμές εισόδου και την προσαρμογή τους για διάφορες περιόδους του έτους, ημέρες της εβδομάδας, ειδικές ομάδες, όπως σχολεία, κ.ο.κ. αλλά και τις τιμές των προς πώληση προϊόντων και επιπλέον υπηρεσιών που προαναφέρθηκαν (αναμνηστικά, ξεναγήσεις, κ.λ.π.)

Η **προώθηση** αναφέρεται σε όλες τις ενέργειες διαφήμισης, δημοσίων σχέσεων, κ.λ.π., που εφαρμόζει για να γίνει γνωστό και να προσελκύσει επισκέπτες.

Η **διανομή** αφορά τους τρόπους με τους οποίους το «προϊόν» θα βρίσκεται στα σημεία εκείνα στα οποία θα μπορέσουμε να το βρούμε και να το αγοράσουμε, όπως η αγορά εισιτηρίων μέσω διαδικτύου, μέσω τηλεφώνου, σε γραφεία τουρισμού ως πακέτο μαζί με άλλες τουριστικές δραστηριότητες, κ.λ.π.

**β)** Στο σύνολο των στοιχείων αυτών έχει δοθεί το όνομα Μίγμα Μάρκετινγκ (Marketing Mix) γιατί όλα μαζί μπορούν να θεωρηθούν ως μέρη μιας «συνταγής», για να επιτύχει το αγαθό να ικανοποιήσει τις ανθρώπινες ανάγκες. Είναι απαραίτητο να μπορέσουμε να φτιάξουμε το κατάλληλο αγαθό, να του δώσουμε τη σωστή τιμή, να το προωθήσουμε, αλλά και να φροντίσουμε να βρίσκεται εκεί που ο πελάτης περιμένει να το βρει. Πρέπει, δηλαδή, να βάλουμε τις σωστές αναλογίες από όλα τα στοιχεία, για να μπορέσουμε να πουλήσουμε το προϊόν ή την υπηρεσία μας