

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

ΘΕΜΑ 2ο

2.1)

Η σημαντική διαφορά ανάμεσα στους διαμορφωτές γνώμης και στους ηγέτες γνώμης είναι ότι οι δεύτεροι οι οποίοι συχνά έχουν μεγαλύτερη σημασία διότι πολλές φορές είναι επικοινωνιακά ισχυρότεροι, είναι πολύ δύσκολο να εντοπιστούν διότι δεν έχουν κάποιο χαρακτηριστικό γνώρισμα εκτός από την υψηλότερη θέση στην ομάδα τους. Για ένα τοπικό φροντιστήριο ή κατάστημα αθλητικών ειδών δεν έχει σημασία ο καλύτερος μαθητής ή ο καλύτερος αθλητής, αλλά ο περισσότερο δημοφιλής γιατί είναι αυτός ο οποίος θα επηρεάσει θετικά ή αρνητικά περισσότερα μέλη της ομάδας τα οποία θα ακολουθήσουν τις επιλογές του.

2.2)

Η επικοινωνία μάρκετινγκ είναι ο μηχανισμός κοινοποίησης πληροφοριών προς τον καταναλωτή. Η επικοινωνία στο μάρκετινγκ έχει ως σκοπό να πληροφορήσει, να πείσει ή να υπενθυμίσει στους καταναλωτές -άμεσα ή έμμεσα- τα χαρακτηριστικά των προϊόντων που πωλούν οι επιχειρήσεις και να παρέχει πληροφορίες που υποστηρίζουν τις δραστηριότητες της επιχείρησης συνολικά. Ένας άλλος ορισμός της επικοινωνίας μάρκετινγκ είναι ο εξής: οι δραστηριότητες που επικοινωνούν την αξία του προϊόντος και πείθουν το κοινό-στόχο να το αγοράσει. Η δημιουργία και η μετάδοση ενός μηνύματος προς κάποιον δέκτη καλείται διαδικασία επικοινωνίας μάρκετινγκ.