

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ ΘΕΜΑ 4^ο

α) Ανάλογα με τον κλάδο που δραστηριοποιείται η επιχείρηση, υπάρχουν διαφορετικές απαιτήσεις για προώθηση. Τα βιομηχανικά προϊόντα κατά κανόνα δεν χρησιμοποιούν τη διαφήμιση και τα προγράμματα επικοινωνίας των εταιριών που δραστηριοποιούνται στις αντίστοιχες αγορές στηρίζονται στις προσωπικές πωλήσεις αλλά και στις παρουσίες στις εμπορικές εκθέσεις. Αντίστοιχα, τα προϊόντα που πωλούνται στα super-markets και στα περίπτερα, είναι δύσκολο να ανταγωνιστούν χωρίς διαφημιστικό προϋπολογισμό.

α) Προσωπικές πωλήσεις - παρουσία στις εμπορικές εκθέσεις

β) Διαφήμιση και προγράμματα επικοινωνίας

γ) Προσωπικές πωλήσεις - παρουσία στις εμπορικές εκθέσεις

δ) Διαφήμιση και προγράμματα επικοινωνίας

(Μονάδες 16)

β) Για να ενταχθεί μία επιχείρηση στην ομάδα των εταιριών που έχουν σημαντικά μερίδια αγοράς, θα πρέπει να βρει τρόπο να αποκτήσει αντίστοιχο με αυτές επικοινωνιακό αντίκτυπο. Με τον τρόπο αυτό η διαφήμιση επιτρέπει στις μεγάλες εταιρίες, οι οποίες έχουν στη διάθεσή τους περισσότερους πόρους, να δημιουργούν εμπόδια εισόδου και να νοθεύουν έτσι τον ανταγωνισμό.

(Μονάδες 9)