

## ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ

### 3.1 Περιγραφή Προϊόντος ή/και Υπηρεσίας

Χαρακτηριστικά προϊόντων και πλεονεκτήματά τους. Γιατί θα προτιμήσει το προϊόν μας ένας πελάτης; Τι είναι αυτό που κάνει την υπηρεσία ή το προϊόν που προσφέρουμε διακριτό (distinct) από κάποιο άλλο αντίστοιχο που διατίθεται στην αγορά;

- Περιγράψτε λεπτομερώς τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες σας (τεχνικές προδιαγραφές, σχέδια, φωτογραφίες, έντυπα πωλήσεων και άλλα μακροσκελή θέματα αναφέρονται στα Παραρτήματα).
- Ποιοι παράγοντες θα σας δώσουν ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα ή μειονεκτήματα; Τα παραδείγματα περιλαμβάνουν το επίπεδο της ποιότητας ή μοναδικά ή ιδιοκτησιακά χαρακτηριστικά.
- Ποια είναι η τιμολογιακή πολιτική για τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες σας; (όχι αναλυτικά, π.χ. τακτική πολύ χαμηλών τιμών. Αναλυτικά η τιμολογιακή πολιτική παρουσιάζεται στην §6.2)

### Παράγοντες που επηρεάζουν την επιλογή του παρεχόμενου προϊόντος/υπηρεσίας.

#### Χαρακτηριστικά και οφέλη (από την σκοπιά του πελάτη)

Σύνταξη λίστας με τα βασικότερα προϊόντα ή/και υπηρεσίες που θα παρέχει η επιχείρηση

Για κάθε προϊόν ή υπηρεσία:

- Περιγραφή των βασικότερων χαρακτηριστικών του. Τι το ιδιαίτερο διαθέτει;
- Περιγραφή της ωφέλειας από την χρήση του προϊόντος/υπηρεσίας. Τι προσφέρει το συγκεκριμένο προϊόν/υπηρεσία στον πελάτη;

#### Διαφορά μεταξύ χαρακτηριστικού και ωφέλειας

Ένα σπίτι προσφέρει στέγη σε κάποια άτομα, έχει διάρκεια και κατασκευάζεται από συγκεκριμένα υλικά σύμφωνα με ένα σχέδιο. Αυτά είναι παραδείγματα **χαρακτηριστικών** του προϊόντος «σπίτι».

Τα **οφέλη** που παρέχει το προϊόν αυτό στον πελάτη περιλαμβάνουν κοινωνικό status, εξασφαλισμένη στέγαση, επένδυση με καλή προοπτική, ικανοποίηση για το ότι είναι ιδιοκτήτης ακινήτου, κλπ.

Απαιτείται η δημιουργία μια λίστας από χαρακτηριστικά/δυνατότητες που αφορούν στα προϊόντα/υπηρεσίες πάνω στα οποία στηρίζεται η προσπάθεια της εταιρείας για να «πουλήσει» τα οφέλη.

Τι υπηρεσίες θα παρέχονται μετά την πώληση; Κάποια παραδείγματα είναι: εγγύηση, παράδοση στον πελάτη, τεχνική υποστήριξη, σέρβις και πολιτική επιστροφής χρημάτων.

#### Προσδιορίστε τα κίνητρα του πελάτη αφού προηγουμένως σκεφτείτε προσεκτικά:

- Τι είναι αυτό που τον έκανε να πάρει αυτήν την απόφαση;
- Ποια είναι τα στάδια της διαδικασίας λήψης της απόφασής του;
- Τι σηματοδοτεί την έναρξη αυτής της διαδικασίας σκέψης;
- Τι κάνατε εσείς για να προσελκύσετε την προσοχή του πελάτη και να προκαλέσετε την απόφασή του να αγοράσει;

Ο προσδιορισμός της ομάδας-στόχου (αναλυτικά στην §6.1)

Σύμφωνα με τα σχέδια και τις προσδοκίες σας, η υποψήφια ομάδα-στόχος θα πρέπει να έχει συνάφεια με το προϊόν ή την υπηρεσία που προσφέρετε με τους παρακάτω τρόπους:

- Με τις λειτουργίες που το προϊόν προσφέρει στον πελάτη
- Με την ειδίκευση ή την μοναδικότητα αυτού που προσφέρετε
- Με τον συνδυασμό τιμής και ποιότητας
- Με εσάς, τις προτιμήσεις σας και τις επικοινωνιακές σας δεξιότητες

*Μία ομάδα –στόχος έχει κάποια κοινά χαρακτηριστικά, όπως:*

- Ηλικία, τόπος διαμονής, φύλο, καταγωγή, οικογενειακή κατάσταση κτλ
- Τρόπο ζωής, κοινωνική τάξη, εισόδημα, επάγγελμα κτλ
- Ενασχολήσεις σε συγκεκριμένους οικονομικούς τομείς ή στη δημόσια διοίκηση ή στις τοπικές αρχές

Είναι σημαντικό στοιχείο η ομάδα-στόχος να διαθέτει αγοραστική δύναμη και κίνητρα να αγοράσει.