**ΤΡΑΠΕΖΑ ΘΕΜΑΤΩΝ 9.9**

**19784 ΘΕΜΑ 4ο**

**α)** Να περιγράψετε τις ενέργειες που σχετίζονται με την προώθηση πωλήσεων ως στοιχείο του μείγματος προώθησης.

**(Μονάδες 10)**

**β)** Σε κάθε μια από τις παρακάτω περιπτώσεις να περιγραφεί ο συγκεκριμένος στόχος που αποβλέπει η κάθε προωθητική ενέργεια.

**i.** «Κατέβασε την εφαρμογή Super Market Plus, κάνε εγγραφή και απόλαυσε εύκολη πρόσβαση σε ελκυστικές προσφορές και πολλά προνόμια».

# ii. «Δοκιμάστε το Free Office 365 εντελώς δωρεάν για ένα μήνα. Αποκτήστε μια δωρεάν δοκιμαστική έκδοση και θα έχετε πρόσβαση στις πιο πρόσφατες εφαρμογές με υποστήριξη AI, 1 TB χώρου αποθήκευσης στο cloud και premium δυνατότητες για κινητές συσκευές, για να παραμένετε πάντα ενημερωμένοι όπου και αν βρίσκεστε, από οποιαδήποτε συσκευή».

# iii. «Αγοράστε σήμερα τα Chips πατατάκια με 20% περισσότερο προϊόν στην εξαιρετική τιμή των 1,20€».

**(Μονάδες 15)**

ΘΕΜΑ 4ο

α) Ο όρος «προώθηση πωλήσεων» χρησιμοποιείται ευρύτατα, κυρίως για να περιγράφει ενέργειες που έχουν ως στόχο την άμεση ανάπτυξη των πωλήσεων. Συχνά, οι δραστηριότητες προώθησης πωλήσεων συνδέονται με μείωση τιμής, αύξηση της αξίας του προϊόντος σε σχέση με την τιμή του είτε με επιπρόσθετο εξοπλισμό, δώρα, μεγαλύτερο περιεχόμενο του προϊόντος, είτε με παροχή επιπλέον υπηρεσιών. Σχεδόν σε όλες τις περιπτώσεις υπάρχει συγκεκριμένος χρονικός ορίζοντας ή ποσοτικός περιορισμός της προσφοράς.

β) i. H συγκεκριμένη προωθητική προσπάθεια αποβλέπει να συγκρατήσει τους αγοραστές προϊόντων στη μάρκα και γι’ αυτό η επικοινωνία προτείνει συμμετοχή σε μια λέσχη που εξασφαλίζει ειδικά προνόμια στα μέλη της.

ii. H συγκεκριμένη προωθητική προσπάθεια αποβλέπει να προσελκύσει νέους αγοραστές στο προϊόν προσφέροντας μια δοκιμαστική έκδοση για κάποιο χρονικό διάστημα.

iii. H συγκεκριμένη προωθητική προσπάθεια αποβλέπει στην μεγιστοποίηση των πωλήσεων, προσφέροντας περισσότερο προϊόν στην ίδια τιμή.

19791

Σε τι αποβλέπουν οι προωθητικές δραστηριότητες;

Οι δραστηριότητες προώθησης πωλήσεων αποβλέπουν σε περισσότερο άμεση και ελεγχόμενη επικοινωνία, που θα καταλήξει σε δεδομένη αύξηση των πωλήσεων σε συγκεκριμένη χρονική περίοδο και γνωστοποιούν το επιπλέον μετρήσιμο όφελος που μπορεί να αποκομίσει ο καταναλωτής με την αγορά των προϊόντων