Το μάρκετινγκ είναι η διαδικασία που κάνει τους ανθρώπους να ενδιαφέρονται για το προϊόν ή την υπηρεσία της εταιρείας σας. Αυτό συμβαίνει μέσω έρευνας αγοράς, ανάλυσης και κατανόησης των συμφερόντων του ιδανικού πελάτη σας. Το μάρκετινγκ αφορά όλες τις πτυχές μιας επιχείρησης, συμπεριλαμβανομένης της ανάπτυξης προϊόντων, των μεθόδων διανομής, των πωλήσεων και της διαφήμισης.

**Τύποι marketing**

**Μάρκετινγκ στο Διαδίκτυο:**

Εμπνευσμένη από μια εκστρατεία προϊόντων της Excedrin που πραγματοποιήθηκε στο διαδίκτυο, η ιδέα της παρουσίας στο διαδίκτυο για επιχειρηματικούς λόγους είναι ένα είδος μάρκετινγκ από μόνο του.

**Βελτιστοποίηση μηχανών αναζήτησης:**

Συντομογραφία “SEO”, αυτή είναι η διαδικασία βελτιστοποίησης περιεχομένου σε έναν ιστότοπο έτσι ώστε να εμφανίζεται στα αποτελέσματα της μηχανής αναζήτησης. Χρησιμοποιείται από τους εμπόρους για να προσελκύσουν άτομα που πραγματοποιούν αναζητήσεις που υπονοούν ότι ενδιαφέρονται να μάθουν για μια συγκεκριμένη βιομηχανία. Ουσιαστικά, είναι η άκρως απαραίτητη υπηρεσία για όλες τις εταιρείες μάρκετινγκ.

**Blog μάρκετινγκ:**

Όπως αναφέρει το [**dictionary.com**](https://www.dictionary.com/) τα blogs δεν είναι πλέον αποκλειστικά για τον κάθε συγγραφέα. Οι επιχειρήσεις δημοσιεύουν τώρα ιστολόγια για να γράψουν για τη βιομηχανία τους και να καλλιεργήσουν το ενδιαφέρον των πιθανών πελατών που περιηγούνται στο διαδίκτυο για πληροφορίες.

**Μάρκετινγκ κοινωνικών μέσων:**

Οι επιχειρήσεις μπορούν να χρησιμοποιήσουν το Facebook, το Instagram, το Twitter, το LinkedIn και παρόμοια κοινωνικά δίκτυα για να δημιουργήσουν εντυπώσεις στο κοινό τους με την πάροδο του χρόνου.

**Μάρκετινγκ μηχανών αναζήτησης:**

Αυτός ο τύπος μάρκετινγκ είναι λίγο διαφορετικός από τον SEO, ο οποίος περιγράφεται παραπάνω. Οι επιχειρήσεις μπορούν τώρα να πληρώσουν μια μηχανή αναζήτησης για να τοποθετήσουν συνδέσμους σε σελίδες του ευρετηρίου τους που έχουν υψηλή έκθεση στο ακροατήριό τους. (Είναι μια έννοια που ονομάζεται “pay-per-click”).

Βίντεο μάρκετινγκ: Ενώ υπήρχαν διαφημίσεις, οι διαφημιστές τώρα βάζουν χρήματα στη δημιουργία και τη δημοσίευση όλων των ειδών βίντεο που διασκεδάζουν και εκπαιδεύουν τους βασικούς τους πελάτες.

**Μάρκετινγκ και διαφήμιση.**

Αν το μάρκετινγκ είναι ένας τροχός, η διαφήμιση μιλάει για αυτόν τον τροχό.
Το μάρκετινγκ συνεπάγεται ανάπτυξη προϊόντων, έρευνα αγοράς, διανομή προϊόντων, στρατηγική πωλήσεων, δημόσιες σχέσεις και υποστήριξη πελατών.

Το μάρκετινγκ είναι απαραίτητο σε όλα τα στάδια του ταξιδιού πώλησης μιας επιχείρησης και μπορεί να χρησιμοποιήσει πολυάριθμες πλατφόρμες, κανάλια κοινωνικών μέσων ενημέρωσης και ομάδες για να προσδιορίσει το κοινό, να ενισχύσει τη φωνή του εμπορικού σήματος και να δημιουργήσει εμπιστοσύνη με την πάροδο του χρόνου.

Στη δεκαετία του 1960, ο E Jerome McCarthy ήρθε και καθιέρωσε τα 4 p του μάρκετινγκ: προϊόν, τιμή, τόπος, προώθηση.

**Προϊόν.**

Ας υποθέσουμε ότι καταλήγετε σε μια ιδέα για ένα προϊόν που θέλετε να πουλήσει η επιχείρησή σας. Τι έπεται? Πιθανότατα δεν θα πετύχετε εάν αρχίσετε να το πουλάτε.

Αντ ‘αυτού, χρειάζεστε την ομάδα μάρκετίνγκ σας να κάνει έρευνα αγοράς και να απαντήσει σε κάποιες κρίσιμες ερωτήσεις: Ποιο είναι το κοινό-στόχος σας; Υπάρχει κατάλληλη αγορά για αυτό το προϊόν; Τι μηνύματα θα αυξήσουν τις πωλήσεις προϊόντων και σε ποιες πλατφόρμες; Πώς μπορούν οι προγραμματιστές προϊόντων σας να τροποποιήσουν το προϊόν για να αυξήσουν την πιθανότητα επιτυχίας;

**Τιμή.**

Η ομάδα μάρκετινγκ σας θα ελέγξει τις τιμές των προϊόντων των ανταγωνιστών σας ή θα χρησιμοποιήσει ομάδες εστίασης και έρευνες για να εκτιμήσει πόσο ο ιδανικός πελάτης είναι πρόθυμος να πληρώσει.

**Θέση.**

Είναι κρίσιμο το τμήμα μάρκετινγκ να χρησιμοποιεί την ανάλυση των καταναλωτών της επιχείρησής σας για να προσφέρει προτάσεις για το πώς και πού να πουλήσει το προϊόν σας.

**Προβολή.**

Οι περισσότερες [**εταιρείες μάρκετινγκ**](https://www.vng.gr/) δίνουν ιδιαίτερη βαρύτητα και βάση στην προβολή και την προώθηση. Η προώθηση συνεπάγεται οποιαδήποτε διαφήμιση στο διαδίκτυο ή εκτύπωση, εκδήλωση ή έκπτωση της ομάδας μάρκετινγκ που δημιουργεί για να αυξήσει την ευαισθητοποίηση και το ενδιαφέρον για το προϊόν σας και, τελικά, να οδηγήσει σε περισσότερες πωλήσεις. Κατά τη διάρκεια αυτού του σταδίου, θα δείτε πιθανώς μεθόδους όπως εκστρατείες δημοσίων σχέσεων, διαφημίσεις ή προσφορές στα κοινωνικά μέσα.