



Α.Τ.Ε.Ι ΜΕΣΟΛΟΓΓΙΟΥ
ΣΧΟΛΗ: ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ: ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ-ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΤΙΚΩΝ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ & ΟΡΓΑΝΩΣΕΩΝ



ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΠΛΑΝ

ΤΗΣ ΕΜΠΟΡΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ
ΤΗΣ
ΓΚΙΝΑ Χ. ΑΝΝΑ



ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ:
ΚΟΥΣΟΥΡΗ ΟΛΥΜΠΙΑ

ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΠΛΑΝ
ΤΗΣ ΕΜΠΟΡΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ
ΤΗΣ
ΑΝΝΑΣ Χ. ΓΚΙΝΑ

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ: ΟΛΥΜΠΙΑ ΚΟΥΣΟΥΡΗ

ΜΕΣΟΛΟΓΓΙ 2008

Στην οικογένειά μου...

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα πτυχιακή εργασία επιχειρεί να αναλύσει την ανάπτυξη ενός Στρατηγικού Marketing Plan μιας επιχείρησης και συγκεκριμένα της Εμπορικής Τράπεζας με τη χρήση θεωρητικών μοντέλων. Ανάλυση παραγόντων που θα εμποδίσουν τον ευρύτερο προσανατολισμό στον κλάδο του Marketing και τρόπους αντιμετώπισής τους. Συγκεκριμένα επιχειρεί να αναλύσει την λειτουργία της Εμπορικής Τράπεζας και ειδικότερα του Ανοιχτού Επιχειρηματικού Δανείου «Easy Business», που αποτελεί το ιδανικό εργαλείο για τις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στη βιοτεχνία, το εμπόριο ή την παροχή υπηρεσιών, με ετήσιο κύκλο εργασιών έως €1.000.000. Αποτελεί μια ανακυκλούμενη πίστωση (μέχρι €100.000) ανοιχτής διάρκειας, μέσω λογαριασμού στον οποίο έχει πρόσβαση ο επιχειρηματίας κάθε στιγμή της ημέρας με την κάρτα Easy Business. Έτσι, κάθε φορά που εξοφλείται κάποιο ποσό κεφαλαίου στα ΑΤΜ της Εμπορικής Τράπεζας, αποκτάται εκ νέου δυνατότητα λήψης δανείου για αντίστοιχο ποσό. Επίσης το δάνειο Easy Ανοιχτό προσφέρει δωρεάν ασφαλιστική κάλυψη και ανταγωνιστικό επιτόκιο (κυμαινόμενο, από τα χαμηλότερα της αγοράς). Ανταγωνιστές του δανείου Easy Ανοιχτό είναι η Alpha Τράπεζα και η Εθνική Τράπεζα. Τέλος βλέπουμε τους στόχους της Εμπορικής Τράπεζας, οι οποίοι είναι : η αύξηση των κερδών, των πωλήσεων και του μεριδίου αγοράς κατά 30% για το επόμενο χρόνο. Βάσει του επιχειρηματικού σχεδίου 2008-2010, σκοπεύει να τετραπλασιάσει το δίκτυο των καταστημάτων των θυγατρικών της τραπεζών στις χώρες που έχει ήδη παρουσία, δηλαδή στην Βουλγαρία, Ρουμανία και Αλβανία, με αντικειμενικό σκοπό την αύξηση της κερδοφορίας σε επίπεδο Ομίλου.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	7
----------------------	----------

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΦΙΛΟΣΟΦΙΑ-ΑΝΑΛΥΣΗ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ

1.1 Πολιτική φιλοσοφία και ανάλυση περιβάλλοντος	10
1.2 Κατάσταση προϊόντος	11
1.3 Κατάσταση αγοράς.....	12
1.4 Οι βασικοί ανταγωνιστές της Εμπορικής Τράπεζας	14

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΑΝΑΛΥΣΗ ΜΑΚΡΟ-ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΚΑΙ Η ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ ΣΤΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ-ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ-ΠΟΛΙΤΙΚΟ-ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

2.1 Οι προοπτικές της Ελληνικής οικονομίας το 2008.....	17
2.2 Παγκόσμιο οικονομικό περιβάλλον.....	18
2.3 Κοινωνικό περιβάλλον.....	20
2.4 Πολιτικό περιβάλλον.....	20
2.5 Τεχνολογικό περιβάλλον.....	22

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ-SWOT ΑΝΑΛΥΣΗ

3.1 Swot ανάλυση για την Εμπορική Τράπεζα.....	25
3.1.1 Δυνάμεις.....	25
3.1.2 Αδυναμίες.....	25
3.1.3 Ευκαιρίες.....	26
3.1.4 Απειλές.....	27
3.2 Ο κύκλος ζωής του προϊόντος.....	27
3.2.1 Ανάλυση των πέντε σταδίων του κύκλου ζωής του Ανοιχτού Επιχειρηματικού Δανείου «Easy Business».....	28
3.3 Ανάλυση μήτρας Ansoff.....	30
3.4 Η μέθοδος της εταιρίας Boston Consulting Group (B.C.G).....	30

3.4.1	Ανάλυση των επιχειρηματικών δανείων της Εμπορικής Τράπεζας.....	31
3.5	Ανάλυση στόχων Μάρκετινγκ.....	32
3.5.1	Στόχοι Μάρκετινγκ.....	32
3.5.2	Στόχοι επικοινωνίας.....	33
3.6	Τμηματοποίηση πελατών.....	34
3.7	Ανάλυση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος.....	35
3.7.1	Ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.....	35

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

4.1	Προϊόν.....	38
4.1.1	Εναλλακτικές στρατηγικές.....	38
4.2	Στρατηγική Τιμής – Επιτοκίου.....	39
4.3	Διαφήμιση – Προωθητικές Ενέργειες.....	39
4.4	Προϋπολογισμός δραστηριοτήτων που αφορούν την Προβολή – Προώθηση του Δανείου.....	41
4.5	Κανάλια Διανομής της Εμπορικής Τράπεζας.....	42

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΆΛΛΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ ΤΗΣ ΕΜΠΟΡΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ

5.1	Internet Banking.....	44
5.1.1	Οφέλη του e-banking.....	45
5.1.2	Ανασταλτικοί Παράγοντες.....	46
5.2	Phone Banking.....	47
5.3	Πιστωτικές Κάρτες.....	48
5.4	Αυτόματες Ταμειολογιστικές Μηχανές (Α.Τ.Μ).....	51

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ – ΦΡΑΓΜΟΙ ΣΤΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΠΡΟΣΑΝΑΤΟΛΙΣΜΟ ΚΑΙ ΤΡΟΠΟΙ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗΣ

6.1	Η Επιχειρηματική Δραστηριότητα της Εμπορικής Τράπεζας.....	53
6.2	Φραγμοί στο Μάρκετινγκ Προσανατολισμό.....	60
6.3	Τρόποι Αντιμετώπισης από την Εμπορική Τράπεζα.....	62

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΓΙΑ ΤΟ ΑΝΟΙΧΤΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΔΑΝΕΙΟ «EASY BUSINESS» ΣΕ 15 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΕΣ ΤΗΣ ΕΜΠΟΡΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ.....	57
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ.....	59
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	60
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ.....	62

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ιδρύθηκε το 1907, με το υπ' αριθμ. 3330/1907 καταστατικό συμβόλαιο του συμβολαιογράφου Αθηνών Ξενοφώντα Κυριαζή, το οποίο εγκρίθηκε από το Βασιλικό Διάταγμα στις 22/11/1907. Δημοσιεύθηκε στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως και άρχισε να λειτουργεί από 1/1/1908, με έδρα της το Δήμο Αθηναίων και στη διεύθυνση Σοφοκλέους 11,102 35 Αθήνα. Η πλήρης επωνυμία της Τράπεζας είναι «ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ Α.Ε.», ενώ για τις συναλλαγές της με την αλλοδαπή χρησιμοποιείται η επωνυμία «EMPORIKI BANK OF GREECE S.A.». Ο όμιλος της Εμπορικής Τράπεζας είναι ένας από τους πιο σύγχρονους ομίλους του χρηματοπιστωτικού κλάδου με δυναμική παρουσία στους τομείς της χρηματοδοτικής μίσθωσης (leasing), ασφαλειών και τραπεζοασφαλειών (bank assurance), διαχείρισης διαθεσίμων θεσμικών επενδυτών (asset management), διαχείρισης αμοιβαίων κεφαλαίων, ανάπτυξη και διαχείρισης ακινήτων και καταναλωτικής πίστης. (Εμπορική Τράπεζας της Ελλάδος, 10 Νοεμβρίου 2007, σελ.22)

Η Εμπορική Τράπεζα, παρότι ασχολείται έντονα εδώ και πολλά χρόνια με τη χρηματοδότηση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, τα τελευταία χρόνια έχει θέσει στο επίκεντρο της στρατηγικής της την περαιτέρω επέκτασή της στη χρηματοδότηση αυτών των επιχειρήσεων. Ο αριθμός των επιχειρήσεων οι οποίες δραστηριοποιούνται στους κλάδους του εμπορίου, της μεταποίησης, της παροχής υπηρεσιών, καθώς και στις λοιπές οικονομικές δραστηριότητες ανέρχεται σε 970.895χιλ. Από το σύνολο αυτών των επιχειρήσεων το 98% (949.331 επιχειρήσεις) πραγματοποιεί ετήσιο κύκλο εργασιών που δεν υπερβαίνει το €1.000.000. Η Εμπορική Τράπεζα, για παράδειγμα, χρηματοδοτεί πανελλαδικά πάνω από 37.000 μικρομεσαίες επιχειρήσεις (MME), ενώ το 2004 ξεκίνησε συνεργασίες με πάνω από 7.000 μικρομεσαίες ακόμη.

Ειδικότερα, η Τράπεζα εργάζεται για τη διαμόρφωση συνθηκών που θα ευνοήσουν την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας, την ενίσχυση της εξωστρέφειας, την αύξηση της ανταγωνιστικότητας καθώς και για την ολοκληρωμένη και ανταγωνιστική κάλυψη των αναγκών των ΜΜΕ, παρέχοντας πλήρη γκάμα προϊόντων και υπηρεσιών, συμβουλευτική υποστήριξη για την ανταγωνιστική λειτουργία, ανάπτυξη και διεθνή επέκταση των εργασιών των ΜΜΕ. (ENSR Enterprises Survey – 1999).

Με δεδομένο ότι οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις αποτελούν τη συντριπτική πλειοψηφία των ελληνικών επιχειρήσεων, η Εμπορική Τράπεζα δημιούργησε μια σειρά επιχειρηματικών δανείων με την επωνυμία «Easy Business», η οποία περιλαμβάνει : το «Easy Εξοπλισμός», το «Easy Επιχειρηματική Στέγη», το «Easy Ανοιχτό» και το «Easy Ρευστότητα».

Η Εμπορική Τράπεζα με το νέο πρωτοποριακό προϊόν «Easy Ανοιχτό» που χορηγεί, ανταποκρίνεται δυναμικά στις ανάγκες της επιχείρησης. Το «Easy Ανοιχτό» απευθύνεται σε επιχειρήσεις (ατομικές, Ο.Ε., Ε.Ε.) που δραστηριοποιούνται σε όλους τους κλάδους της οικονομίας (βιοτεχνία, εμπόριο,

υπηρεσίες) και έχουν ετήσιο κύκλο εργασιών €6.000 - €1.000.000. Το «Easy Ανοιχτό» παρέχει συνεχή ανακυκλούμενη πίστωση, δηλαδή κάθε φορά που εξοφλείτε κάποιο ποσό κεφαλαίου, το διαθέσιμο υπόλοιπο αυξάνεται με το αντίστοιχο ποσό και μπορεί να επαναχορηγηθεί.

Έτσι οι πελάτες έχουν στη διάθεσή τους μία πίστωση αόριστης διάρκειας, έχοντας τη δυνατότητα να υλοποιήσουν τα επιχειρηματικά σχέδια με τους πλέον συμφερότερους όρους, όπως το υψηλό πιστωτικό όριο μέχρι το 20% του ετήσιου κύκλου εργασιών της επιχείρησης και με ελάχιστο ύψος χρηματοδότησης €3.000 και μέγιστο €100.000. Στους ευνοϊκούς όρους συμπεριλαμβάνονται επιπλέον, το ανταγωνιστικό επιτόκιο κυμαινόμενο, από τα χαμηλότερα της αγοράς, η ευέλικτη αποπληρωμή, πληρωμή μόνο τόκων σε μηνιαία βάση, πλέον τόκων και λοιπών επιβαρύνσεων. Επίσης προσφέρει αποπληρωμή κεφαλαίου οποτεδήποτε επιθυμεί ο πελάτης και δυνατότητα καταβολής μεγαλύτερου ποσού ή και ολικής εξόφλησης, χωρίς καμία ποινή πρόωρης αποπληρωμής, μέσω των ATM, των ταμείων των καταστημάτων της τράπεζας ή του Internet Banking. Επιπλέον παρέχει αυτόματη εξόφληση των δόσεων με πάγια εντολή χρέωσης ενός καταθετικού λογαριασμού που τηρείται στην Εμπορική Τράπεζα, χωρίς πρόσθετη επιβάρυνση και περιττές μετακινήσεις, άμεση και εύκολη έγκριση και εκταμίευση δανείου με χρόνο που κυμαίνεται από 1 έως 5 μέρες, ενώ δεν απαιτούνται περαιτέρω εγγυήσεις.

(Εμπορική τράπεζα 2007)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο

ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΦΙΛΟΣΟΦΙΑ

ΑΝΑΛΥΣΗ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ

- 1.1 Πολιτική φιλοσοφία και ανάλυση περιβάλλοντος
- 1.2 Κατάσταση Προϊόντος
- 1.3 Κατάσταση Αγοράς
- 1.4 Οι βασικοί ανταγωνιστές της Εμπορικής Τράπεζας

1.1 ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΦΙΛΟΣΟΦΙΑ ΚΑΙ ΑΝΑΛΥΣΗ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ

Η Εμπορική Τράπεζα στις 2 Φεβρουαρίου 2006 υπέγραψε με την Ευρωπαϊκή Τράπεζα Επενδύσεων (ΕΤΕπ) σύμβαση δανείου συνολικού ποσού €50.000.000 εκ., με το οποίο θα συγχρηματοδοτηθούν επενδυτικά σχέδια μικρομεσαίων πελατειακών επιχειρήσεων (ΜΜΕ) της. Η νέα συμφωνία προβλέπει συγχρηματοδότηση των μεσομακροπρόθεσμων επενδυτικών σχεδίων ΜΜΕ με κεφάλαια που προέρχονται από πόρους αφενός της ΕΤΕπ και αφετέρου της Εμπορικής Τράπεζας.

Το όφελος για τις πελατειακές ΜΜΕ της Εμπορικής Τράπεζας είναι σημαντικότατο. Πέραν των ιδιαίτερων προνομίων που ήδη απολαμβάνουν σήμερα (μεγάλη ποικιλία προϊόντων για την κάλυψη του συνόλου των μεσομακροπρόθεσμων αναγκών τους, βελτιωμένα χαρακτηριστικά όπως η κάλυψη του επιτοκιακού κινδύνου, η μεγάλη περίοδος χάριτος, κ.τ.λ.), η συγχρηματοδότηση επενδυτικών σχεδίων ΜΜΕ από πόρους της ΕΤΕπ μειώνει σημαντικά το κόστος δανεισμού των πελατών της Εμπορικής Τράπεζας, αφού απαλλάσσεται της Εισφοράς του Ν.128/75 (σήμερα 0,60%). Η Εμπορική Τράπεζα συνεργάζεται από το 2003 με την ΕΤΕπ σε θέματα που αφορούν τη χρηματοδότηση παγίων επενδύσεων μικρομεσαίων επιχειρήσεων και η παρούσα νέα συμφωνία ουσιαστικά αποτελεί διεύρυνση της άριστης και με επιτυχή αποτελέσματα συνεργασίας που έχει αναπτυχθεί μεταξύ των δύο χρηματοπιστωτικών φορέων. (Δελτίο, Ελληνική Ένωση Τραπεζών, Οκτ- Νοε- Δεκ 2007).

Οι στόχοι της επιχείρησης είναι η επέκταση της αποστολής της και αναφέρονται στο αποτέλεσμα που επιθυμεί να επιτύχει, όπως είναι η εδραίωση της συνεργασίας για παροχή υψηλής ποιότητας προϊόντων. Και η αναγνωρισιμότητα και η γνώση όσο αφορά το δάνειο που θέλει η τράπεζα να καταφέρει να επιτύχει, έτσι ώστε να προσελκύσει περισσότερους πελάτες και να μπορούν οι πελάτες να γνωρίζουν καλύτερα το δάνειο.

Επιπλέον παρέχουν τον προσανατολισμό για όλες τις αποφάσεις της διοίκησης και καθορίζουν τα πρότυπα βάσει των οποίων μπορούν να αξιολογηθούν τα τελικά αποτελέσματα. Τα πρότυπα μπορεί να είναι μια αποτελεσματική διοίκηση αλλά και μια καλή οργάνωση.

Έτσι οι στόχοι της Εμπορικής Τράπεζας είναι η αύξηση των κερδών, των πωλήσεων και του μεριδίου αγοράς κατά 30% για το επόμενο χρόνο και βάσει του επιχειρηματικού σχεδίου 2008-2010, σκοπεύει να τετραπλασιάσει το δίκτυο των καταστημάτων των θυγατρικών της τραπεζών στις χώρες που έχει ήδη παρουσία, με αντικειμενικό σκοπό την αύξηση της κερδοφορίας σε επίπεδο Ομίλου. Για το τέλος της τριετίας 2008-2010 στόχος είναι η σημαντική αύξηση στη συμμετοχή των κερδών που θα προέρχονται από τις θυγατρικές τράπεζες που δραστηριοποιούνται στα Βαλκάνια, στα κέρδη του Ομίλου. (Δελτίο: Ελληνική Ένωση Τραπεζών, τεύχος 53 σελ 39-40)

Η αποστολή της Εμπορικής αφορά τα προϊόντα της, δηλαδή να χορηγεί στους πελάτες μια ασφαλή επένδυση με την ανώτερη απόδοση ώστε να είναι marketer ηγέτης των ισχυρών επιχειρηματικών δάνειων και αυτό το πετυχαίνει με την δημιουργία των επιχειρηματικών δάνειων «Easy Business» τα οποία διαφέρουν πολύ από τα άλλα επιχειρηματικά δάνεια των άλλων τραπεζών, κυρίως στους όρους που θέτουν. Αναλυτικά θα το δούμε στο κεφάλαιο που αφορά τους ανταγωνιστές της Τράπεζας.

Τέλος κατά την περιγραφή της αποστολής και των στόχων της τράπεζας θα πρέπει να τονιστούν οι σημαντικότερες πολιτικές που επιβάλλεται να τηρηθούν, όπως για παράδειγμα η σωστή αντιμετώπιση των πελατών από το προσωπικό της τράπεζας, δηλαδή η σωστή εξυπηρέτηση και συμπεριφορά. (Τζωρτζάκης και Τζωρτζάκη (1996), σελ.149-150)

1.2. ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ

Το ανοιχτό επιχειρηματικό δάνειο «Easy Business» είναι το νέο πρωτοποριακό δάνειο της Εμπορικής Τράπεζας που ανταποκρίνεται δυναμικά στις ανάγκες της επιχείρησης, δίνοντας της την δυνατότητα να υλοποιήσει τα σχέδια της με τους πιο συμφέροντος όρους, όπως :

- Υψηλό πιστωτικό όριο, μέχρι το 20% του ετήσιου κύκλου εργασιών της επιχείρησης, με ελάχιστο ύψος χρηματοδότησης €3.000 και μέγιστο €100.000.
- Ανταγωνιστικό επιτόκιο, κυμαινόμενο, από τα χαμηλότερα της αγοράς, το οποίο καθορίζεται από: το Βασικό Επιτόκιο Χρηματοδοτήσεων της Τράπεζας (Β.Ε.Χ. σήμερα 6,25%) + Περιθώριο 3,00% + εισφορά του Ν. 128/75 (σήμερα 0,60%).
- Ευέλικτη αποπληρωμή, με ελάχιστη μηνιαία πληρωμή 25% επί του εκάστοτε κεφαλαίου, πλέον τόκων και λοιπών επιβαρύνσεων, με δυνατότητα καταβολής ποσού ή ολικής εξόφλησης, χωρίς καμία ποινή πρόωρης αποπληρωμής, μέσω ATM, των ταμείων καταστημάτων της Τράπεζας, ή του Internet Banking.
- Αυτόματη εξόφληση των δόσεων, με πάγια εντολή χρέωσης ενός λογαριασμού που τηρείτε στην Εμπορική Τράπεζα, χωρίς πρόσθετη επιβάρυνση και περιττές μετακινήσεις από τους πελάτες.
- Άμεση και εύκολη έγκριση και εκταμίευση. Ο χρόνος που απαιτείται για την έγκριση και εκταμίευση του δάνειου κυμαίνεται από 1 έως 5 μέρες, ενώ δεν απαιτούνται περαιτέρω εγγυήσεις.
- Απόλυτο έλεγχο της κίνησης του λογαριασμού. Κάθε μήνα αποστέλλεται ταχυδρομικά, στη διεύθυνση που επιθυμεί ο πελάτης, αντίγραφο κίνησης του λογαριασμού, με πλήρη στοιχεία για την εξέλιξη του δάνειου. (Εγκύκλιος 43256 , 19 Ιουνίου 2005)

1.3. ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΑΓΟΡΑΣ

Η μικρομεσαία επιχείρηση αποτελεί τη «ραχοκοκαλιά» της ελληνικής οικονομίας και η χρηματοδότησή της έχει αναχθεί σε στρατηγικό στόχο του ελληνικού τραπεζικού συστήματος. Η Εμπορική Τράπεζα, παρότι ασχολείται έντονα εδώ και πολλά χρόνια με τη χρηματοδότηση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, τα τελευταία χρόνια έχει θέσει στο επίκεντρο της στρατηγικής της την περαιτέρω επέκτασή της στη χρηματοδότηση αυτών των επιχειρήσεων.

Μιλώντας όμως για ΜΜΕ (μικρομεσαίες επιχειρήσεις), ποιος είναι ο αριθμός και η διάρθρωσή τους; Ποιος ο βαθμός και οι δυσκολίες πρόσβασης στην τραπεζική χρηματοδότηση; Ποια τα κύρια προσφερόμενα από τις ελληνικές τράπεζες χρηματοδοτικά προϊόντα και ποιες οι δυσκολίες αξιολόγησης της πιστοληπτικής ικανότητας των ΜΜΕ; Με βάση τα πρόσφατα στοιχεία για το οικονομικό έτος 2002 προκύπτουν τα ακόλουθα :

Ο αριθμός των επιχειρήσεων οι οποίες δραστηριοποιούνται στους κλάδους εμπορίου, μεταποίησης, παροχής υπηρεσιών, καθώς και στις λοιπές οικονομικές δραστηριότητες ανέρχεται σε 970.895 χιλ. Από το σύνολο των 970.895 χιλ επιχειρήσεων το 98% (949.331 επιχειρήσεις) πραγματοποιεί ετήσιο κύκλο εργασιών που δεν υπερβαίνει το €1.000.000.

Η Εμπορική Τράπεζα διαθέτοντας σημαντική εμπειρία στην αγορά των μικρομεσαίων επιχειρήσεων και των ελεύθερων επαγγελματιών, προσφέρει ένα σύνολο προϊόντων και υπηρεσιών, τα οποία σκοπό έχουν την κάλυψη τόσο των βραχυπρόθεσμων όσο και των μακροπρόθεσμων αναγκών τους. Η άμεση χρονικά και η εύκολη από άποψη διαδικασιών έγκριση των πιστοδοτήσεων, οι ευνοϊκοί οικονομικοί όροι, η δυνατότητα παροχής περιόδου χάριτος στην αποπληρωμή του κεφαλαίου αποτελούν μερικά από τα πλεονεκτήματα των προσφερόμενων επιχειρηματικών δανείων.

Η Εμπορική Τράπεζα για την κάλυψη των αναγκών των μικρομεσαίων επιχειρήσεων και των ελεύθερων επαγγελματιών προσφέρει, εκτός από τις παραδοσιακές χρηματοδοτήσεις κεφαλαίου κίνησης, παγίων εγκαταστάσεων και εξοπλισμού, νέα προϊόντα τα οποία περιλαμβάνουν υπηρεσίες Leasing και Factoring, Ασφάλειες Πιστώσεων και Εγγυήσεων, Μακροχρόνιες Μισθώσεις και Τραπεζικές Υπηρεσίες Internet (e-banking).

Παράλληλα, η Εμπορική Τράπεζα προχώρησε στη δημιουργία σειράς νέας γενιάς επιχειρηματικών δανείων, τα οποία καλύπτουν συνολικά τις ανάγκες μιας μικρομεσαίας επιχείρησης. Πρόκειται για τα επιχειρηματικά δάνεια «Easy Business», τα οποία περιλαμβάνουν τα ακόλουθα προϊόντα: 1) ανοιχτό επιχειρηματικό δάνειο «Easy Business» 2) δάνειο επιχειρηματικής στέγης «Easy

ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΦΙΛΟΣΟΦΙΑ-ΑΝΑΛΥΣΗ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ

Business», 3) επιχειρηματικό δάνειο μηχανολογικού εξοπλισμού «Easy Business» και 4) επιχειρηματικό δάνειο «Easy Business» ρευστότητα

Η Εμπορική Τράπεζα με το νέο πρωτοποριακό προϊόν Easy Ανοιχτό απευθύνεται σε επιχειρήσεις (ατομικές, Ο.Ε., Ε.Ε.) που δραστηριοποιούνται σε όλους τους κλάδους της οικονομίας (βιοτεχνία, εμπόριο, υπηρεσίες) και έχουν κύκλο εργασιών από €6.000 έως €1.000.000. Ανταποκρίνεται δυναμικά στις ανάγκες της επιχείρησης, το οποίο παρέχει συνεχή ανακυκλούμενη πίστωση, δηλαδή κάθε φορά που εξοφλείτε κάποιο ποσό κεφαλαίου, το διαθέσιμο υπόλοιπο αυξάνεται με το αντίστοιχο ποσό και μπορεί να επαναχορηγηθεί. Έτσι η πίστωση είναι αόριστης διάρκειας.

Ενδεικτικά το ανοιχτό επιχειρηματικό δάνειο «Easy Business» της Εμπορικής τράπεζας απευθύνεται σε κάποιες επιχειρήσεις που το αντικείμενο εργασίας τους είναι:

1. Εμπορία υποδημάτων
2. Εμπορία έτοιμων ενδυμάτων
3. Εμπορία ειδών διατροφής (μίνι- μάρκετ)
4. Εμπορία καφέ, κακάο, τσαγιού και διαφόρων αφεψημάτων
5. Τυπογραφείο
6. Καφενείο- Καφετέρια
7. Ταβέρνα- Ψησταριά- Ψητοπωλείο
8. Βιβλιοχαρτοπωλείο
9. Κοσμηματοπωλείο
10. Ζαχαροπλαστείο
11. Είδη δώρων
12. Βιοτεχνία κατασκευής διαφημιστικών επιγραφών
13. Συνεργείο αυτοκινήτων
14. Βιοτεχνία ενδυμάτων και άλλες μικρομεσαίες επιχειρήσεις. (Εγκύκλιος 43256 , 19 Ιουνίου 2005)

Πίνακας με τα επιχειρηματικά δάνεια της Εμπορικής Τράπεζας

<u>ΔΑΝΕΙΑ</u>	<u>ΥΨΟΣ</u>	<u>ΔΙΑΡΚΕΙΑ</u>
EasyΕξοπλισμός	Έως το 100% της αξίας της επένδυσης.	Έως 10 έτη
EasyΕπιχειρηματική Στέγη	Έως το 100% της εμπορικής αξίας του ακινήτου.	Έως 20 έτη
EasyΑνοιχτό	Έως 60000	Μεγάλη διάρκεια αποπληρωμής
EasyΡευστότητα	Έως το 30% ετήσιου κύκλου εργασιών της.	Έως 10 έτη

1.4. ΟΙ ΒΑΣΙΚΟΙ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ ΤΗΣ ΕΜΠΟΡΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ

Οι βασικοί ανταγωνιστές του ανοιχτού επιχειρηματικού δανείου «Easy Business» της Εμπορικής Τράπεζας είναι το «Αlpha Ανοιχτό Επιχειρηματικό» της Αlpha Τράπεζας και το «Ανοιχτό Επαγγελματικό Πlάνο» (ΑΝ.ΕΠ) της Εθνικής Τράπεζας. Το «Αlpha Ανοιχτό Επιχειρηματικό» είναι ανοικτός τρεχούμενος αλληλόχρεος λογαριασμός χωρίς χρονικό περιορισμό στην αποπληρωμή των τόκων κάθε εκτοκιστικού τριμήνου, και στους δικαιούχους στους οποίους απευθύνεται είναι σε πολύ μικρές επιχειρήσεις (ατομικές επιχειρήσεις και εταιρείες ΕΕ, ΟΕ, ΕΠΕ, ΑΕ, κ.λ.π.) και ελεύθερους επαγγελματίες με κύκλο εργασιών έως €1.000.000 καθώς και νεοϊδρυθείσες εταιρίες. (πηγή: ενημερωτικό φυλλάδιο από την Αlpha τράπεζα)

Το «Ανοιχτό Επαγγελματικό Πlάνο» (ΑΝ.ΕΠ) είναι δάνειο το οποίο καλύπτει τις ανάγκες σε κεφάλαιο κίνησης και δαπανών εξοπλισμού μικρού κόστους, στηρίζεται σε λογαριασμό καταθέσεων όψεως με δυνατότητα υπεραναλήψεων overdraft, αποπληρωμή του κεφαλαίου σύμφωνα με την ρευστότητα του πελάτη και με μοναδική υποχρέωση τακτής λήξης η καταβολή τόκων σε μηνιαία βάση, με ελάχιστο ποσό €50, και το ποσό χρηματοδότησης από €6.000 μέχρι και το 100% κάλυψης αναγκών της επιχείρησης, ανάλογα με τα οικονομικά της στοιχεία(πηγή: ενημερωτικό φυλλάδιο από την Εθνική Τράπεζα).

Επίσης βλέπουμε ανταγωνισμό και σε άλλα επιχειρηματικά δάνεια της Εμπορικής Τράπεζας που είναι παραπλήσια με τα επιχειρηματικά δάνεια της Αlpha τράπεζα και τα οποία είναι: «Αlpha Ταμειακή Διαχείριση», «Αlpha Ανάπτυξη », «

ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΦΙΛΟΣΟΦΙΑ-ΑΝΑΛΥΣΗ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ

Alpha Εξοπλισμός » , « Alpha Επαγγελματικό Ακίνητο » , με τα αντίστοιχα της Εμπορικής Τράπεζας «Easy Ρευστότητα», «Easy Ανοιχτό», «Easy Εξοπλισμός», «Easy Επιχειρηματική Στέγη» τα οποία αποτελούν το ιδανικό εργαλείο για επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στους κλάδους της βιοτεχνίας, του εμπορίου ή των υπηρεσιών, με ετήσιο κύκλο εργασιών έως €1.000.000. (Ενημερωτικό φυλλάδιο της Alpha Bank).

Επίσης μπορούμε να δούμε τον ανταγωνισμό και με βάση τα πλεονεκτήματα της κάθε τράπεζας. Τα πλεονεκτήματα του «Alpha Ανοιχτού Επιχειρηματικού Δάνειου» της Alpha Τράπεζας είναι:

1. Ευέλικτος, προνομιούχος λογαριασμός χορηγήσεων που καλύπτει τις ταμειακές ανάγκες της επιχείρησης με ανταγωνιστικό επιτόκιο,
2. Προσφέρει διαρκή ρευστότητα με πολύ ευνοϊκούς όρους,
3. Δυνατότητα εξυπηρέτησης από όλα τα Καταστήματα του Δικτύου.

Το βασικό πλεονεκτήματα του «Ανοιχτού Επαγγελματικού Πλάνου (ΑΝ.ΕΠ)» της Εθνικής Τράπεζας είναι: το πόσο χρηματοδότησης του από €6.000 μέχρι και το 100% των αναγκών της επιχείρησης, ανάλογα με τα οικονομικά της στοιχεία.

Αντίθετα τα πλεονεκτήματα του ανοιχτού επιχειρηματικού «Easy Business» της Εμπορικής Τράπεζας είναι: το ανταγωνιστικό επιτόκιο της (κυμαινόμενο, από τα χαμηλότερα της αγοράς)ο καθώς οι τόκοι υπολογίζονται από την ημερομηνία ανάληψης και αφορούν μονό το ποσό που χρησιμοποιείται. Το υψηλό της πιστωτικό της όριο έως €100.000, η δωρεάν ασφαλιστική κάλυψη, η χρηματοδότηση χωρίς εξασφαλίσεις, η δυνατότητα εκταμίευσης / ανάληψης όλο το 24ώρο από τα ΑΤΜ με ανώτατο ημερήσιο όριο ανάληψης έως €1.500, η χαμηλή ετήσια συνδρομή, η έγκριση και η πρώτη εκταμίευση του δάνειου που ολοκληρώνεται σε 24 ώρες και τέλος η ρύθμιση του ύψους της μηνιαίας δόσης που πληρώνουν οι πελάτες, με ελάχιστη καταβολή 2% επί του εκάστοτε κεφαλαίου, είναι μερικά από πολλά πλεονεκτήματα του.

(Εγκύκλιος 44117 Σεπτεμβρίου 2005)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο

ΑΝΑΛΥΣΗ ΜΑΚΡΟ-ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΚΑΙ Η ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ ΣΤΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ- ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ-ΠΟΛΙΤΙΚΟ-ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

- 2.1 Οι προοπτικές της Ελληνικής Οικονομίας το 2008
- 2.2 Παγκόσμιο Οικονομικό Περιβάλλον
- 2.3 Κοινωνικό Περιβάλλον
- 2.4 Πολιτικό Περιβάλλον
- 2.5 Τεχνολογικό Περιβάλλον

2.1. ΟΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΤΟ 2008

Σύμφωνα με τις εκτιμήσεις της Τράπεζας της Ελλάδος, ο ρυθμός οικονομικής ανάπτυξης υποχώρησε το δεύτερο εξάμηνο του 2007 και τους πρώτους μήνες του 2008. Το γεγονός αυτό αντανακλά αφενός την επάνοδο της εγχώριας ζήτησης σε διατηρήσιμους ρυθμούς αύξησης και αφετέρου την αρνητική επίδραση από την άνοδο των τιμών του πετρελαίου.

Όσον αφορά το τρέχον έτος, προβλέπεται ότι ο ρυθμός αύξησης του ΑΕΠ θα επιβραδυνθεί. Η επιβαλλόμενη εφαρμογή περιοριστικής δημοσιονομικής πολιτικής, η οποία περιλαμβάνει μείωση των δημόσιων επενδύσεων και περιστολή των τρεχουσών δαπανών, αναμένεται ότι θα περιορίσει την άνοδο της συνολικής ζήτησης.

Οι επιχειρηματικές επενδύσεις προβλέπεται ότι θα αυξηθούν με σχετικά ικανοποιητικό ρυθμό (λόγω των ευνοϊκών συνθηκών χρηματοδότησης των επιχειρήσεων, καθώς και λόγω των αναμενόμενων θετικών επιδράσεων του αναπτυξιακού και φορολογικού νόμου), ενώ προβλέπεται μόνο μικρή αύξηση των επενδύσεων σε κατοικίες, οι οποίες ήταν στάσιμες το 2007. Οι εξαγωγές αγαθών και υπηρεσιών προβλέπεται ότι θα εμφανίσουν ικανοποιητική αύξηση, στην οποία θα συμβάλουν κυρίως οι εξαγωγές υπηρεσιών (τουρισμός και μεταφορές), ενώ ο ρυθμός ανόδου του συνόλου των εισαγωγών αναμένεται να υποχωρήσει σε σχέση με το υψηλό επίπεδο του 2007. Οι προοπτικές της παγκόσμιας οικονομίας παραμένουν θετικές για το 2008, αν και προβλέπεται μικρή επιβράδυνση του ρυθμού ανόδου της οικονομικής δραστηριότητας.

Σύμφωνα με τις πρόσφατες προβλέψεις του Διεθνούς Νομισματικού Ταμείου (Δεκέμβριος 2007), το παγκόσμιο ΑΕΠ θα αυξηθεί κατά 4,3% το 2008, έναντι 5,1% το 2007, αν και υπάρχουν σημαντικά στοιχεία αβεβαιότητας που συνδέονται με τις εξελίξεις στην αγορά πετρελαίου και με τις παγκόσμιες μακροοικονομικές ανισορροπίες. (Τράπεζα της Ελλάδος, Γκαρκάνας, 17 Δεκεμβρίου 2007)

Συνεπώς, με βάση όλες τις τελευταίες διαθέσιμες πληροφορίες και εκτιμήσεις, η Τράπεζα της Ελλάδος αναμένει ότι ο ρυθμός αύξησης του ΑΕΠ θα υποχωρήσει εφέτος, αλλά θα παραμείνει υψηλός (γύρω στο 3%) και θα εξακολουθήσει να υπερβαίνει κατά πολύ τον προβλεπόμενο ρυθμό ανάπτυξης στη ζώνη του ευρώ. Η ανάκαμψη της οικονομικής δραστηριότητας στη ζώνη του ευρώ αναμένεται να συνεχιστεί το 2008, αλλά το ΑΕΠ προβλέπεται να αυξηθεί με ρυθμό χαμηλότερο από ό,τι το 2007 (1,6% σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 1,2% έως 2% σύμφωνα με τις μακροοικονομικές προβολές των εμπειρογνομόνων της ΕΚΤ).

Αν ληφθούν υπόψη η αύξηση των έμμεσων φόρων, η διατήρηση των τιμών του πετρελαίου σε υψηλά επίπεδα και η μικρή επιτάχυνση του ρυθμού

ΑΝΑΛΥΣΗ ΜΑΚΡΟ-ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΚΑΙ Η ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ ΣΤΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ-ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ-ΠΟΛΙΤΙΚΟ-ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

ανόδου του κόστους εργασίας ανά μονάδα προϊόντος στον επιχειρηματικό τομέα, για το 2008 προβλέπεται ότι ο μέσος ετήσιος πληθωρισμός θα διαμορφωθεί γύρω στο 4%. Ο πληθωρισμός αναμένεται να υποχωρήσει εκ νέου όταν εξαλειφθεί η επίδραση της αύξησης των έμμεσων φόρων (δηλαδή από τον Απρίλιο του 2008).

Ωστόσο, πρέπει να υπογραμμιστεί ότι η προοπτική αυτή θα εξαρτηθεί από τη μελλοντική εξέλιξη της διεθνούς τιμής του πετρελαίου και το μέγεθος της επίδρασης των αυξήσεων των έμμεσων φόρων. Επομένως, δεν μπορεί να αποκλειστεί η πιθανότητα να είναι ο πληθωρισμός υψηλότερος από ό,τι τώρα προβλέπεται. Προκειμένου λοιπόν να ελαχιστοποιηθούν οι πληθωριστικές επιπτώσεις των δύο αυτών παραγόντων, είναι απαραίτητο οι κοινωνικοί εταίροι να αντιμετωπίσουν τις εξελίξεις με υπευθυνότητα και ψυχραιμία. Στην πράξη αυτό σημαίνει ότι είναι υψίστης σημασίας να αποφευχθεί η "ενσωμάτωση" του προσωρινά υψηλότερου πληθωρισμού τόσο στις αυξήσεις των μισθών όσο και στην τιμολογιακή πολιτική των επιχειρήσεων. Στη ζώνη του ευρώ ο ρυθμός του πληθωρισμού αναμένεται να υποχωρήσει κάτω από 2,5% στη διάρκεια του 2006, με την προϋπόθεση ότι δεν θα υπάρξουν άλλες εξωγενείς διαταραχές. Όσον αφορά τις δαπάνες για έρευνα και ανάπτυξη ως ποσοστό του ΑΕΠ, η Ελλάδα κατατάσσεται στην τελευταία θέση μεταξύ των 15 πιο ανεπτυγμένων χωρών της ΕΕ.

Τέλος, ο εκσυγχρονισμός της δημόσιας διοίκησης, ώστε αυτή να γίνει φιλικότερη γενικά προς τους πολίτες, αλλά και ειδικότερα προς τις επιχειρήσεις – ελληνικές και ξένες – και τους εργαζομένους, μπορεί να συμβάλει αποφασιστικά στην ανάπτυξη. (Γκαρκάνας, στις 25 Απριλίου 2007)

2.2. ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Η παγκόσμια οικονομία διανύει σήμερα μία περίοδο μετάβασης, από την εποχή της βιομηχανίας, στην εποχή της κοινωνίας της πληροφορίας. Ο «κινητήριος μοχλός» της οικονομίας είναι πλέον η πληροφορία και η ταχύτητα διακίνησης της. Οι κυριότερες δυνάμεις που οδηγούν την τελευταία δεκαετία την παγκόσμια οικονομία είναι, αφενός μεν η παγκοσμιοποίηση της επιχειρηματικής δραστηριότητας και των αγορών, αφετέρου η επανάσταση στην τεχνολογία της πληροφορικής και των τηλεπικοινωνιών. Σε αυτά προστίθενται το εκπαιδευτικό επίπεδο που αυξάνει συνεχώς στις δυτικές χώρες, ο ταχύτατα αυξανόμενος παγκόσμιος ανταγωνισμός, η συνεχής αβεβαιότητα και η ανάγκη για συνεχείς προσαρμογές. Οι γνώσεις εξελίχτηκαν στο βασικότερο συντελεστή της παραγωγής, που ωστόσο, υπόκεινται σε ταχεία χρονική απαξίωση.

Οι σημαντικές αλλαγές που έχουν επέλθει στην διεθνή οικονομία και δεν είναι αποτέλεσμα μόνο των γεγονότων της 11ης Σεπτεμβρίου 2001, αλλά βαθύτερων διαρθρωτικών εξελίξεων, είναι: η μετατόπιση του κέντρου βάρους της

διεθνούς οικονομίας προς την Ασία, η εκπληκτική ραγδαία ανάπτυξη της Κίνας και η είσοδος της στον ΠΟΕ, η παγκοσμιοποίηση, η παγκόσμια έκρηξη της "Νέας Οικονομίας" με τη συνειδητοποίηση ότι οι νέες τεχνολογίες μπορούν να προσδώσουν θετική δυναμική στις εμπορικές και εξαγωγικές δραστηριότητες.

Η ραγδαία και όχι μέχρι προ ολίγου αναμενόμενη άνοδος της Ρωσίας και πάλι στο επίπεδο της Μεγάλης Δύναμης, η πολυπόθητη κυκλοφορία του ΕΥΡΩ, ο

περιορισμός του ελέγχου στην διακίνηση των βραχυπρόθεσμων κεφαλαίων, των συναλλαγών και των ξένων επενδύσεων, η αναμενόμενη ανάπτυξη των αναδυόμενων αγορών της Βαλκανικής και του Ευξείνου Πόντου, η επιδιωκόμενη οικονομική μεταβολή των χωρών της Μεσογείου μέσω του Μεσογειακού Προγράμματος της ΕΕ, η προώθηση της περιοχής της Κασπίας και των κοιτασμάτων πετρελαίων που διαθέτει στο επίκεντρο του οικονομικού ενδιαφέροντος της διεθνούς αγοράς.

Ως προς τα θέματα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, έχουμε τη διεύρυνση που θα επεκτείνει το άνοιγμα των αγορών της ΕΕ και θα φέρει άμεση αύξηση στις εμπορικές συναλλαγές με τρίτες χώρες. Η αύξηση θα προέλθει από το γεγονός ότι τα νέα μέλη θα πρέπει να προσαρμοστούν στα νέα δεδομένα «ανοικτής» αντιμετώπισης προς τις τρίτες χώρες, τα οποία εφαρμόζει σήμερα η ΕΕ.

Εκτός από τις νέες ευκαιρίες για επιχειρηματικές δραστηριότητες που θα παρουσιαστούν, με τη διεύρυνση οι επιχειρηματικές δραστηριότητες θα γίνονται βάσει του ενιαίου εμπορικού καθεστώτος που μοιράζονται όλα τα κράτη μέλη και κατά συνέπεια οι δραστηριότητες αυτές θα ωφεληθούν από την απλοποίηση και την τυποποίηση των διαδικασιών.

Η Ε.Ε., ήδη σήμερα, επωφελείται από το αυξανόμενο πλεόνασμα από τις εμπορικές συναλλαγές με τις υποψήφιες προς ένταξη χώρες. Το ύψος των κονδυλίων PHARE και TACIS μαρτυρεί το άμεσο ενδιαφέρον της Ε.Ε. έναντι της ομάδας κρατών της Ανατολικής Ευρώπης και πρώην Σοβιετικής Ένωσης με τα οποία πολλά από τα επί μέρους μέλη της Ε.Ε. διατηρούν ιστορικούς δεσμούς.

Η συρρίκνωση των ρυθμών οικονομικής δραστηριότητας παγκοσμίως ενδέχεται να αποβεί μακροχρόνια απειλή, καθώς οι καταναλωτικές συνήθειες και διαθέσεις είναι πιθανό να αλλάξουν ριζικά. Το ότι ο κόσμος δεν είναι ίδιος μετά τη 11η Σεπτεμβρίου είναι πλέον γεγονός και στον χώρο της οικονομίας γενικά, αλλά πιο ειδικά στον τομέα των καταναλωτικών συνθηθειών.

Αξίζει να καταβληθούν προσπάθειες για να επιταχυνθεί η ολοκλήρωση του κύκλου της παγκοσμιοποίησης, όπως την βιώσαμε, για να υποδεχθούμε με τις καλλίτερες δυνατές προϋποθέσεις την επερχόμενη περίοδο της οικουμενικής συνεννόησης. Αυτό φυσικά υπαγορεύει την άμεση ένταση των επενδύσεων στους ανθρώπινους πόρους. Η μόρφωση του λαού, η δημόσια εκπαίδευση, η δημόσια υγεία, η κοινωνική ασφάλιση και η κοινωνική προστασία είναι το πραγματικό πεδίο του ανταγωνισμού. Είναι η σταθερή βάση κάθε προσπάθειας

οικονομικής και κοινωνικής ανάπτυξης, η οποία ασφαλώς συμπεριλαμβάνει και την εξαγωγική δραστηριότητα.

(Γενική Έκθεση επί της δραστηριότητας της Ευρωπαϊκής Ένωσης)

2.3. ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Η συγχρονισμένη πλαισίωση της στρατηγικής της Λισσαβόνας απέκτησε ιδιαίτερη σημασία στον κοινωνικό τομέα. Πράγματι, το 2009 αποτέλεσε κομβικό σημείο τόσο για την επανενεργοποίηση αυτής της στρατηγικής στο πλαίσιο της ενδιάμεσης αναθεώρησής της όσο και για τη σύνδεση μεταξύ δύο προγραμμάτων για την κοινωνική πολιτική σε επίπεδο Κοινότητας. Ήταν το τελικό έτος της «κοινωνικής ατζέντας» που είχε εγκριθεί τον Δεκέμβριο του 2000 από το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο της Νίκαιας —δηλαδή λίγους μήνες μετά την έκδοση της στρατηγικής της Λισσαβόνας— για να αντιμετωπιστούν, κατά την περίοδο 2000–2006, οι νέες κοινωνικές προκλήσεις και ανάγκες που συνδέονται συγκεκριμένα με την απασχόληση και γενικότερα με το κοινωνικό πλαίσιο, στο πλαίσιο της παγκοσμιοποίησης και της διεύρυνσης της Ένωσης. (Γενική Έκθεση επί της δραστηριότητας της Ευρωπαϊκής Ένωσης)

2.4. ΠΟΛΙΤΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Η Κοινή Εξωτερική Πολιτική και Πολιτική Ασφάλειας (ΚΕΠΠΑ) και η Ευρωπαϊκή Πολιτική Ασφάλειας και Άμυνας (ΕΠΑΑ), που προβλέπονται στις συνθήκες του Μάαστριχ και του Άμστερνταμ, ορίζουν τα βασικά καθήκοντα της ΕΕ στον τομέα της άμυνας. Σε αυτή τη βάση, η ΕΕ έχει αναπτύξει τον δεύτερο πυλώνα της, έναν τομέα πολιτικής για τον οποίο τα μέτρα αποφασίζονται με διακυβερνητική συμφωνία και για τον οποίο η Επιτροπή και το Κοινοβούλιο έχουν πολύ μικρή αρμοδιότητα. Οι αποφάσεις σε αυτό τον τομέα λαμβάνονται με ομοφωνία και παρέχεται η δυνατότητα αποχής στα κράτη μέλη. (Εφημερίδα το «Βήμα» 20/08/2007, σελ. Β39)

Στις αρχές του 21ου αιώνα, το πολιτικό και στρατηγικό πεδίο της ΕΕ έχει ως εξής:

- Με τη σχεδόν ταυτόχρονη προσχώρηση των πρώην Σοσιαλιστικών Δημοκρατιών στο ΝΑΤΟ και τον Ειρηνικό Προσανατολισμό που επέλεξε η Ρωσία για τις σχέσεις της με τον δυτικό κόσμο, τερματίστηκε ο ψυχρός πόλεμος που διήρκεσε περισσότερο από μισό αιώνα. Η ευρωπαϊκή ήπειρος ενώνεται ειρηνικά και οι ευρωπαϊκές χώρες εργάζονται από κοινού για την καταπολέμηση του διεθνούς εγκλήματος, όπως το λαθρεμπόριο ανθρώπων και το ξέπλυμα

βρώμικου χρήματος. Η ΕΕ έχει διαμορφώσει μια οργανωμένη εταιρική σχέση με τους μεγάλους γείτονές της, όπως η Ρωσία και η Ουκρανία, οι οποίες δεν έχουν προοπτική να προσχωρήσουν στην Ευρωπαϊκή Ένωση, τουλάχιστον μεσοπρόθεσμα.

- Τα κράτη μέλη της ΕΕ επιθυμούν να θεσπίσουν μια ευρωπαϊκή πολιτική ασφάλειας και άμυνας, σύμφωνα με τις Συνθήκες. Το Δεκέμβριο του 1999, η σύνοδος του Ευρωπαϊκού Συμβουλίου στο Ελσίνκι καθόρισε ένα συγκεκριμένο στόχο. Να είναι σε θέση, μέχρι το 2003, να αναπτύξει μέσα σε 60 ημέρες στρατιωτική δύναμη 60.000 ανδρών, με ναυτική και αεροπορική υποστήριξη, και να τη διατηρήσει τουλάχιστον επί ένα έτος. Αυτή η δύναμη ταχείας επέμβασης δεν είναι ένας «ευρωπαϊκός στρατός»: αποτελείται από προεπιλεγμένα τμήματα εθνικών ενόπλων δυνάμεων. Αλλά συντονίζεται από μια Επιτροπή Πολιτικής και Ασφάλειας (ΕΠΑ), μια Στρατιωτική Επιτροπή (EUMC) και στρατιωτικό προσωπικό (EUMS), υπό τον έλεγχο του Συμβουλίου και θα είναι εγκατεστημένη στις Βρυξέλλες. Αυτό θα παρέχει στην Ένωση ένα πολιτικό και στρατιωτικό μέσο για να διεκπεραιώνει ορισμένες ειδικές αποστολές: ανθρωπιστικές δράσεις εκτός Ευρώπης, ειρηνευτικές ενέργειες και άλλα καθήκοντα διαχείρισης κρίσεων, περιλαμβανομένης της διατήρησης της ειρήνης.
- Οι Ηνωμένες Πολιτείες έχουν δεχθεί να μπορεί η Ευρώπη, όταν αναλαμβάνει στρατιωτική δράση στην οποία δεν επιθυμεί να εμπλακεί η Αμερική, να χρησιμοποιεί ένα μέρος της υλικοτεχνικής υποδομής του ΝΑΤΟ, όπως οι υπηρεσίες πληροφοριών, επικοινωνιών, και μέσα διοίκησης και μεταφορών.
- Οι υφιστάμενοι μηχανισμοί άμυνας και αποτροπής, όπως τα πυρηνικά όπλα που έχουν στην κατοχή τους η Γαλλία και το Ηνωμένο Βασίλειο, θα παραμείνουν υπό εθνικό έλεγχο. Το υψηλό κόστος και η περιπλοκότητα της στρατιωτικής τεχνολογίας κάνουν τις κυβερνήσεις των χωρών της ΕΕ να αντιλαμβάνονται ολοένα και περισσότερο την ανάγκη συνεργασίας στον τομέα της αμυντικής βιομηχανίας. Επιπλέον, για να είναι σε θέση οι ένοπλες δυνάμεις τους να πραγματοποιούν κοινές αποστολές, πρέπει να υπάρχει διαλειτουργικότητα μεταξύ των συστημάτων τους και επαρκής τυποποίηση του στρατιωτικού εξοπλισμού τους.
- Οι επιθέσεις στην Ουάσιγκτον και τη Νέα Υόρκη στις 11 Σεπτεμβρίου 2001 και η τρομοκρατική βία που ξέσπασε στη συνέχεια σε πολλά μέρη του κόσμου έχουν μεταβάλει ριζικά το στρατηγικό τοπίο. Οι ευρωπαϊκές χώρες συνεργάζονται στενότερα για την ανταλλαγή πληροφοριών που θα επιτρέψουν την πρόληψη παρόμοιων επιθέσεων. Εφόσον η καταπολέμηση της τρομοκρατίας αποτελεί προτεραιότητα σε παγκόσμια κλίμακα, η Ευρώπη προχωράει σήμερα πέρα από τις παραδοσιακές συμμαχίες της και συνεργάζεται όχι μόνο με τις Ηνωμένες Πολιτείες, αλλά και με πολλές άλλες χώρες του κόσμου για την προάσπιση της Δημοκρατίας και των ανθρωπίνων δικαιωμάτων.

ΑΝΑΛΥΣΗ ΜΑΚΡΟ-ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΚΑΙ Η ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ ΣΤΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ-ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ-ΠΟΛΙΤΙΚΟ-ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Λόγω της μεταβολής του στρατηγικού τοπίου, η Ευρωπαϊκή Ένωση προσπαθεί να επιτύχει τη σωστή ισορροπία ανάμεσα στις διαφορετικές εθνικές παραδόσεις στους τομείς της ασφάλειας και της άμυνας.

Αναφορά στο πόλεμο στο Λίβανο: Με τη διατήρηση της εϋθραυστης εκχειρίας μεταξύ Χεζμπολάχ και Ισραήλ, βάσει του Ψηφίσματος 1701 του Συμβουλίου Ασφαλείας του ΟΗΕ, ο πόλεμος στον Λίβανο έχει, προσωρινά τουλάχιστον, σταματήσει. Τα συμπεράσματα που μπορούμε να βγάλουμε για τις συνέπειες αυτής της μηνιαίας σύγκρουσης μέσα στο ευρύτερο πλαίσιο της προσπάθειας τερματισμού της ενδημικής βίας που πλήττει τη Μέση Ανατολή είναι πρόωρα και ίσως αντιφατικά.

Ένα από τα πιο ανησυχητικά σημάδια για την πιθανότητα διαιώνισης της κρίσης στον Λίβανο και στη Μέση Ανατολή είναι η προσπάθεια σύνδεσης σε ιδεολογικό επίπεδο από τις ΗΠΑ και το Ισραήλ του πολέμου στον Λίβανο (και στην Παλαιστίνη και στο Ιράκ) με την έννοια της τρομοκρατίας. Μέσα στο ευρύτερο πλαίσιο, ο ανηλεής βομβαρδισμός και η πολιορκία του Λιβάνου (και της λωρίδας της Γάζας) αποκτά μια πιο συγκεκριμένη σημασία.

Για να κατανοήσουμε τις εν λόγω ισραηλινές στρατιωτικές επιχειρήσεις (και την απροκάλυπτη υποστήριξή τους από τις ΗΠΑ) ως κομμάτι ευρύτερων ηγεμονικών σχεδίων για την καθυπόταξη οποιασδήποτε μορφής αντίστασης στη μεταψυχροπολεμική «νέα τάξη πραγμάτων», ο χαρακτηρισμός της Χαμάς, της Χεζμπολάχ και των υποστηρικτών τους ως τρομοκρατών αφαιρεί οποιαδήποτε δυνατότητα διαλόγου ή συνεννόησης μεταξύ ημών και αυτών, υπονοεί ότι η πραγματική αιτία της σύγκρουσης είναι η ίδια η «τρομοκρατία» αυτών των ομάδων (εγγενής στην κουλτούρα των μουσουλμάνων, σύμφωνα με τις πιο ακραίες απόψεις) και όχι συγκεκριμένοι ιστορικοί και πολιτικοί λόγοι, και προσπαθεί να μας πείσει ότι η μοναδική λύση είναι η συντριβή τους μέσα από τη χρήση στρατιωτικής βίας. (Εφημερίδα το «Βήμα» 20/08/2007)

2.5. ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Έχοντας εγκριθεί το 2002, το σημερινό πλαίσιο της ευρωπαϊκής κοινωνίας της πληροφορίας στηρίζεται στο σχέδιο δράσης «eEurope 2005». Ο στόχος του ήταν τότε να καθιερώσει ένα περιβάλλον ευνοϊκό για τις ιδιωτικές επενδύσεις και για τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, να τονώσει την παραγωγικότητα, να εκσυγχρονίσει τις δημόσιες υπηρεσίες και να δώσει σε όλους τη δυνατότητα να συμμετάσχουν στην παγκόσμια κοινωνία της πληροφορίας. Χάρη στο σχέδιο αυτό, σήμερα το 83 % του πληθυσμού της πρώην Ευρωπαϊκής Ένωσης των δεκαπέντε έχει πρόσβαση υψηλής ταχύτητας στο Διαδίκτυο. Παράλληλα, το 40 % των βασικών δημόσιων υπηρεσιών είναι προσπελάσιμες σε πλήρως διαλογική βάση στην Ένωση των Είκοσι Πέντε.

Σε σύνδεση με το σχέδιο δράσης eEurope 2005, το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο και το Συμβούλιο θέσπισαν πολλά προγράμματα, ώστε να διαμορφωθούν οι καλύτερες προϋποθέσεις πρόσβασης και χρήσης του ψηφιακού περιεχομένου και να προωθηθεί μια πιο ασφαλής χρήση του Διαδικτύου και των νέων επιγραμμικών τεχνολογιών.

Η ευρωπαϊκή κοινωνία της πληροφορίας βρίσκεται αυτή τη στιγμή στο στάδιο χάραξης μιας συνολικής στρατηγικής που θα της επιτρέψει να εξελιχθεί μέχρι το 2010. Η στρατηγική αυτή βασίζεται κυρίως στην πιο γενικευμένη χρήση των τεχνολογιών της πληροφορίας και των επικοινωνιών, έτσι ώστε να τονωθεί η οικονομική μεγέθυνση και παράλληλα να αυξηθεί η παραγωγικότητα μέσα από το άνοιγμα νέων αγορών και τη βελτίωση των δημόσιων υπηρεσιών.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

SWOT ΑΝΑΛΥΣΗ

- 3.1 Swot ανάλυση για την Εμπορική Τράπεζα
- 3.2 Ο κύκλος ζωής του προϊόντος
- 3.3 Ανάλυση μήτρας Ansoff
- 3.4 Η μέθοδος της Εταιρίας Boston Consulting Group (B.C.G)
- 3.5 Ανάλυση στόχων Μάρκετινγκ
- 3.6 Τμηματοποίηση πελατών
- 3.7 Ανάλυση Ανταγωνιστικού Πλεονεκτήματος

3.1 SWOT ΑΝΑΛΥΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ

Με σκοπό να συγκεκριμενοποιήσουμε την μελέτη μας πάνω στα Επιχειρηματικά Δάνεια κυρίως του Ανοιχτού Επιχειρηματικού Δάνειου «Easy Business» της Εμπορικής τράπεζας, θα προσπαθήσουμε να διεξάγουμε μια ανάλυση S.W.O.T, που θα μας οδηγήσει σε συγκεκριμένα για την στρατηγική που η τράπεζα θα πρέπει να ακολουθήσει έτσι ώστε να μπορέσει να βελτιωθεί ακόμα περισσότερο. Έτσι λοιπόν τέσσερα είναι τα σημεία που θα μας απασχολήσουν στη συνέχεια : οι «δυνάμεις» , οι «αδυναμίες», οι «απειλές» και τέλος οι «ευκαιρίες».

3.1.1. ΔΥΝΑΜΕΙΣ

Όταν πραγματευόμαστε την Εμπορική Τράπεζα είναι εξ αρχής δεδομένο ότι μιλάμε για μια τράπεζα με πολύ ισχυρό brand name, που έχει καταφέρει να καθιερωθεί στην ελληνική αγορά. Επομένως για μας το πλέον δυνατό σημείο της τράπεζας είναι η επωνυμία της, που διασφαλίζει την λήψη του δάνειου της από μια μεγάλη μερίδα πελατών που την γνωρίζει και την εμπιστεύεται. Ένα δεύτερο δυνατό σημείο είναι το γεγονός ότι ακολουθείται πάντα καλή στρατηγική μάρκετινγκ με σωστή προώθηση πωλήσεων ώστε το δάνειο να χορηγείται σε όλες τις μικρό μεσαίες επιχειρήσεις(MME).

Τέλος άλλα δυνατά σημεία είναι: ότι το Easy Business δίνει τη δυνατότητα να υλοποιήσουν οι MME τα επιχειρηματικά τους σχέδια με τους πιο συμφέροντες όρους, τα οποία είναι : το υψηλό πιστωτικό όριο έως €100.000, η δωρεάν ασφαλιστική κάλυψη που προσφέρει, το ανταγωνιστικό επιτόκιο το οποίο είναι 6,00% ετησίως, η ευέλικτη αποπληρωμή με ελάχιστη μηνιαία πληρωμή 2% επί του εκάστοτε κεφαλαίου, η αυτόματη εξόφληση των δόσεων με πάγια εντολή χρέωσης ενός καταθετικού λογαριασμού, η άμεση και εύκολη έγκριση του δάνειου που κυμαίνεται από 1 έως 5 μέρες και ο απόλυτος έλεγχος της κίνησης του λογαριασμού κάθε μήνα που αποστέλλεται ταχυδρομικά, στη διεύθυνση που επιθυμεί ο πελάτης, επίσης την δυνατότητα εκταμίευσης/ανάληψης του δάνειου όλο το 24ωρο από τα ATM, με ανώτατο όριο ανάληψης έως €1.500, την χαμηλή ετήσια συνδρομή και τα έξοδα χορήγησης κάρτας τα οποία είναι €50 ετησίως.

3.1.2. ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ

Την αδυναμία της Εμπορικής τράπεζας αποτελεί το γεγονός ότι δεν έχει το μονοπώλιο της ονομασίας στα επιχειρηματικά δάνεια της, υπάρχουν και άλλες ανταγωνιστικές τράπεζες αντίστοιχης ή μικρότερης ή μεγαλύτερης εμβελείας που έχουν παρόμοια ή ίδια ονομασία.

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ-SWOT ANALΥΣΗ

Στην προκειμένη περίπτωση έχουμε ως ανταγωνιστικές τράπεζες την Alpha και την Εθνική. Η Alpha όπως και η Εμπορική έχει τα Alpha Επιχειρηματικά Δάνεια τα οποία η ονομασία τους είναι παραπλήσια με τα Επιχειρηματικά Δάνεια Easy Business της Εμπορικής. Ας το δούμε παρακάτω : τα τέσσερα δάνεια της Εμπορικής είναι : Easy Εξοπλισμός-Easy Επιχειρηματική Στέγη- Easy Ανοιχτό και τέλος Easy Ρευστότητα ενώ αντίθετα της Alpha είναι- Alpha Εξοπλισμός -Alpha Ανάπτυξη -Alpha Επαγγελματικό Ακίνητο –Alpha Ταμειακή Διαχείριση.

Η Alpha τράπεζα υπερτερεί ως προς την Εμπορική τράπεζα κυρίως στις εξασφαλίσεις που προσφέρει με την χορήγηση των επιχειρηματικών της δάνειων, οι οποίες είναι: η διαβάθμιση πιστωτικού κινδύνου Α, ΒΒ, και Β θα δίδεται ακάλυπτο, για διαβάθμιση πιστωτικού κινδύνου ΓΓ, έγκειται στην έγκριση του Συμβουλίου Χρηματοδοτήσεων του Καταστήματος (με εξασφαλίσεις ή ακάλυπτο), τέλος η λήψη εγγυητού (εφόσον πληροί τις προϋπόθεσης) δεν απαιτεί έγκριση της εκάστοτε αρμόδιας Διευθύνσεως Καταστημάτων.

Τέλος η Εθνική τράπεζα με το «Ανοιχτό Επαγγελματικό Πλάνο» (ΑΝ.ΕΠ) υπερτερεί γιατί το δάνειο της καλύπτει τις ανάγκες σε κεφάλαιο κίνησης και δαπανών εξοπλισμού μικρού κόστους, στηρίζεται σε λογαριασμό καταθέσεων όψεως με δυνατότητα υπεραναλήψεων overdraft, αποπληρωμή του κεφαλαίου σύμφωνα με την ρευστότητα του πελάτη και με μοναδική υποχρέωση τακτής λήξης η καταβολή τόκων σε μηνιαία βάση, με ελάχιστο ποσό €50, και το ποσό χρηματοδότησης από €6.000 μέχρι και το 100% κάλυψης αναγκών της επιχείρησης, ανάλογα με τα οικονομικά της στοιχεία. (Ενημερωτικό φυλλάδιο από την Εθνική Τράπεζα).

3.1.3. ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ

Όταν μιλάμε για ευκαιρίες εννοούμε ευνοϊκές καταστάσεις τις οποίες η επιχείρηση μπορεί να εκμεταλλευτεί και να αυξήσει τα κέρδη της. Για την Εμπορική Τράπεζα μια τέτοια ευκαιρία θα μπορούσε να αποτελέσει η ανάπτυξη της στις χώρες του εξωτερικού με τα θυγατρικά της καταστήματα, γεγονός που διευρύνει τις δυνατότητες των πωλήσεων της ετησίως, και την επέκταση του μεριδίου αγοράς της.

Οι νέες τράπεζες που προκύπτουν από την εξαγορά των τραπεζών του εξωτερικού παρέχει ευρύ φάσμα τραπεζικών προϊόντων και υπηρεσιών συμπεριλαμβανομένων υπηρεσιών λιανικής τραπεζικής. Και ο στόχος της Εμπορικής είναι η νέα τράπεζα που δημιουργείται να είναι υγιές χρηματοπιστωτικό ίδρυμα, με υψηλού επιπέδου προσωπικό, που θα προσφέρει σύγχρονα προϊόντα και υπηρεσίες. Τέλος ως ευκαιρία θα μπορούσε να θεωρηθεί η επενδυτικότητα των μικρομεσαίων επιχειρήσεων (ΜΜΕ) όποτε και στρέφονται και στο δάνειο..(Χατζηδημητρίου:σελ 219).

3.1.4. ΑΠΕΙΛΕΣ

Απειλή θα μπορούσαμε να θεωρήσουμε για την Εμπορική όλες τις τράπεζες οι οποίες μπορεί να έχουν δυναμική διαφήμιση και να είναι ιδιαίτερη ανταγωνίσιμες, επομένως αύξηση των άμεσων ανταγωνιστών.

Επίσης απειλή σε πολλές περιπτώσεις μπορεί να δημιουργήσει και η δημοσιονομική και η χρηματοοικονομική πολιτική της κυβέρνησης, και αυτό

οφείλεται στις επιδοτήσεις που παρέχονται στις επιχειρήσεις προκειμένου να αναπτύξουν είτε τον τεχνολογικό τους εξοπλισμό, είτε την δημιουργία νέων επιχειρήσεων. Τέλος μια άλλη απειλή είναι μια πιθανή οικονομική κρίση. (Χατζηδημητρίου:σελ 219).

3.2. Ο ΚΥΚΛΟΣ ΖΩΗΣ ΤΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ

Όπως οι άνθρωποι, έτσι και τα προϊόντα έχουν ένα κύκλο ζωής. Ως κύκλος ζωής του δάνειου μας μπορεί να οριστεί η χρονική περίοδος από την εισαγωγή του στην αγορά ως τη στιγμή που θα αποσυρθεί. Συνήθως ο κύκλος ζωής των προϊόντων δηλαδή τα επιχειρηματικά δάνεια, έχει μια αρχή, ένα σημείο ακμής και ένα τέλος. Υπάρχουν προϊόντα, τα οποία διατηρούν τη θέση τους στην αγορά για πολλές δεκαετίες και άλλα, των οποίων ο κύκλος ζωής διαρκεί λίγες βδομάδες ή μήνες. Ο κύκλος ζωής των προϊόντων στις περισσότερες περιπτώσεις περιλαμβάνει πέντε στάδια τα οποία είναι:

1. Εισαγωγή του προϊόντος στην αγορά
2. Στάδιο αναπτύξεως των πωλήσεων.
3. Στάδιο ωριμότητας
4. Στάδιο κορεσμού
5. Στάδιο παρακμής

Με βάση τα πέντε αυτά στάδια το «Ανοιχτό Επιχειρηματικό Δάνειο Easy Business», βρίσκεται στο δεύτερο στάδιο που είναι: της αναπτύξεως των πωλήσεων, αποτέλεσμα της ζήτησης που έχει και του μεγάλου ανταγωνισμού από άλλες τράπεζες.

Η Εμπορική τράπεζα για να διευρύνει τα επιχειρηματικά της δάνεια έχει δημιουργήσει εκτός από το «Ανοιχτό Επιχειρηματικό Δάνειο Easy Business» και άλλα επιχειρηματικά δάνεια έτσι ώστε ο πελάτης να έχει περισσότερες επιλογές με βάση το συμφέρον του, και αυτά τα επιχειρηματικά δάνεια είναι: Easy Εξοπλισμός-Easy Επιχειρηματική Στέγη- και τέλος Easy Ρευστότητα.

Ο κύκλος ζωής ενός προϊόντος και τα στάδια του αναφέρονται σε τρία επίπεδα παραγωγής:

Πρώτον, σε επίπεδο συγκεκριμένου προϊόντος, που σε εδώ το προϊόν μας είναι το «Ανοιχτό Επιχειρηματικό Δάνειο Easy Business» της Εμπορικής Τράπεζας.

Δεύτερον, σε επίπεδο συγκεκριμένης επιχειρήσεως που παράγει ομοειδή προϊόντα, δηλαδή της Εμπορικής Τράπεζας τα επιχειρηματικά δάνεια της και

Τρίτον, σε επίπεδο κλάδου, δηλαδή ενός συνόλου τραπεζών που έχουν επιχειρηματικά δάνεια ανταγωνιστικά με την Εμπορική, γιατί είναι υποκατάστατα και αυτό το είδαμε κυρίως με τα επιχειρηματικά δάνεια της Alpha Τράπεζας. (Σταμούλης, Πειραιάς 1990, σελ 292-293)

3.2.1. ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΩΝ ΠΕΝΤΕ ΣΤΑΔΙΩΝ ΤΟΥ ΚΥΚΛΟΥ ΖΩΗΣ ΤΟΥ ΑΝΟΙΧΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΔΑΝΕΙΟΥ «EASY BUSINESS»

Όπως αναφέρθηκε και παραπάνω το «Ανοιχτό Επιχειρηματικό Δάνειο Easy Business» βρίσκεται στο δεύτερο στάδιο του κύκλου ζωής του προϊόντος που είναι, της αναπτύξεως των πωλήσεων. Ας δούμε την ανάλυση των πέντε αυτών σταδίων:

1. Εισαγωγή του «Ανοιχτού Επιχειρηματικού Δάνειου Easy Business»: Κατά το στάδιο αυτό, το δάνειο μας συνοδεύεται από υψηλές επενδύσεις για προβολή με λεπτομερώς ελεγμένα προγράμματα, καθώς και με προσαρμογές στη στρατηγική του Μάρκετινγκ. Το στάδιο αυτό χαρακτηρίζεται από υψηλό κόστος παραγωγής, το χαμηλό ύψος των πωλήσεων, την περιορισμένη διανομή, καθώς και την έλλειψη ανταγωνισμού

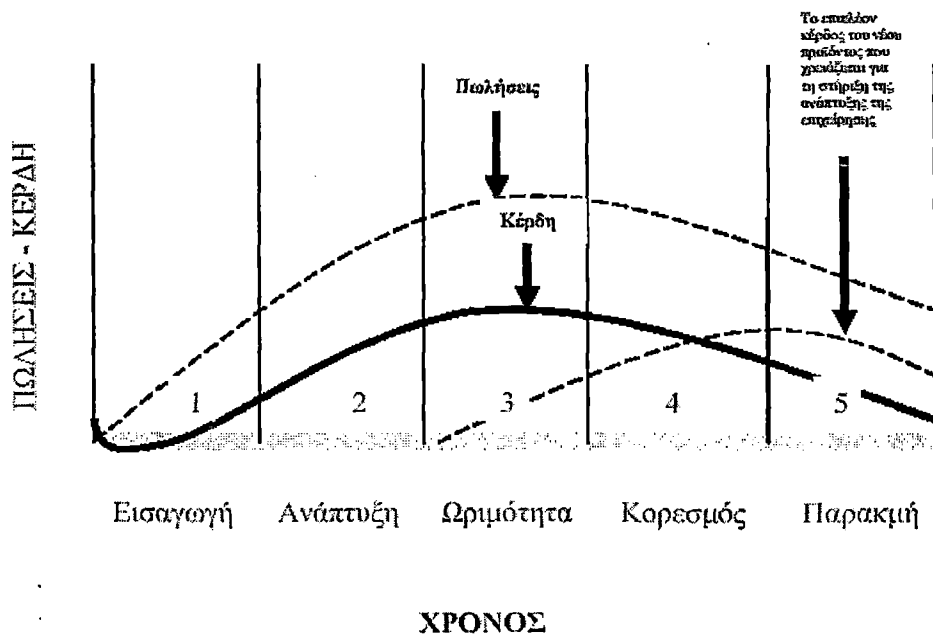
2. Στάδιο αναπτύξεως των πωλήσεων: Το κυριότερο χαρακτηριστικό αυτού του σταδίου είναι η ταχεία αύξηση της πώλησης του δάνειου που επικρατεί κατά το στάδιο της εισαγωγής. Σε αυτή την φάση η Εμπορική Τράπεζα θα πρέπει να σκέπτεται για νέες χρήσεις και νέες αγορές για τα επιχειρηματικά δάνεια της. Η αύξηση των πωλήσεων έχει ως αποτέλεσμα τη μείωση του κόστους παραγωγής του δάνειου και ως αποτέλεσμα να φέρει κέρδη. Τα κέρδη αυτά προκαλούν τον ανταγωνισμό από άλλες τράπεζες κυρίως από την Εθνική και από την Alpha. Και αυτό το βλέπουμε όταν οι πωλήσεις του «Ανοιχτού Επιχειρηματικού Δάνειου Easy Business» αυξάνονται όπως και τα κέρδη, τόσο περισσότερο αυξάνεται και ο ανταγωνισμός. Ο ανταγωνισμός προκαλεί μείωση των τιμών και αύξηση των εξόδων προβολής. Σε αυτό εξάλλου βοηθά το γεγονός, ότι αφού αυξάνονται οι πωλήσεις, αρχίζουν οι θετικές οικονομίες κλίμακας. Τέλος ο ανταγωνισμός πολλές φορές γίνεται δια της τοποθετήσεως των δάνειων πολύ κοντά το ένα στο άλλο (Head on Positioning).

3. Στάδιο ωριμότητας: Η ωριμότητα ακολουθεί την ταχεία ανάπτυξη των πωλήσεων του δευτέρου σταδίου. Στο τέλος του σταδίου αυτού του «Ανοιχτού Επιχειρηματικού Δάνειου Easy Business» θα έχει φτάσει στο ζηνίθ της αποδοχής από την πλευρά των πελατών του. Κατά το στάδιο αυτό εισάγονται νέα ανταγωνιστικά δάνεια στην αγορά και έτσι αρχίζει ο ανταγωνισμός σημάτων και τιμών. Η προβολή του δάνειου είναι σχεδόν το μοναδικό όπλο που του

εξασφαλίζει την επιβίωση του από το σκληρό ανταγωνισμό, που στο στάδιο κορυφώνεται.

4. Στάδιο κορεσμού: Ο κορεσμός επέρχεται όταν οι υπόλοιπες ανταγωνιστικές τράπεζες αντιγραφούν το δάνειο της τράπεζας, και αυτό το είδαμε στο κεφάλαιο με τους βασικούς ανταγωνιστές της Εμπορικής Τράπεζας, που είναι η Εθνική και η Αίφα Τράπεζα. Κατά το τέλος αυτού του σταδίου, οι πωλήσεις και τα κέρδη θα αρχίζουν να μειώνονται, λόγος που η αγορά θα στραφεί προς άλλα ανταγωνιστικά επιχειρηματικά δάνεια.

5. Στάδιο παρακμής: Η παρακμή χαρακτηρίζεται από τη συνεχή μείωση των πωλήσεων του δανείου, το οποίο πιθανώς θα πρέπει να αντικατασταθεί από νέα επιχειρηματικά δάνεια, που στην προκειμένη περίπτωση έχουμε την δημιουργία νέων επιχειρηματικών δανείων της Εμπορικής Τράπεζας όπως τα άλλα τρία επιχειρηματικά δάνεια τα οποία είναι :το «δάνειο Επιχειρηματικής Στέγης Easy Business», το «Επιχειρηματικό Δάνειο Μηχανολογικού Εξοπλισμού Easy Business», και το «Επιχειρηματικό Δάνειο Easy Business Ρευστότητα» . Εδώ τελειώνει ο κύκλος ζωής ενός προϊόντος που στην προκειμένη περίπτωση είναι το «Ανοιχτού Επιχειρηματικού Δανείου Easy Business» (Σταμούλης, Πειραιάς 1990, σελ 294-295) και (Τζωρτζάκης, and Τζωρτζάκη (1996),σελ. 329-331).



Ο κύκλος ζωής του προϊόντος

Τζωρτζάκης, και Τζωρτζάκη (1996),σελ 330)

3.3. ΑΝΑΛΥΣΗ ΜΗΤΡΑΣ ANSOFF

Συμφώνα με την μήτρα του Ansoff η Εμπορική Τράπεζα έχει τέσσερις κατηγορίες ευκαιριών ανάπτυξη της, οι οποίες είναι :

1. Η Εμπορική Τράπεζα εξετάζει μήπως μπορεί να κερδίσει, για τα δάνεια της, μεγαλύτερο μερίδιο της υπάρχουσας αγοράς. Έτσι η Εμπορική Τράπεζα επιδιώκει να πωλήσει όσο το δυνατόν περισσότερο επιχειρηματικά δάνεια στους πελάτες της, που ήδη έχει, τότε χρησιμοποιεί τη Στρατηγική διείσδυσης στην αγορά. Είναι μια στρατηγική που ακολουθεί η τράπεζα για να πετύχει αύξηση των σημείων πώλησης των δανείων της στην ήδη υπάρχουσα αγορά.

2. Σε αυτή την κατηγορία η Εμπορική Τράπεζα ακολουθεί την Στρατηγική ανάπτυξης της αγοράς, και αυτό το βλέπουμε που προσπαθεί να εισάγει τα επιχειρηματικά δάνεια της σε νέες αγορές. Ως παράδειγμα αυτής της στρατηγικής είναι η δημιουργία των θυγατρικών τραπεζών στις χώρες τους εξωτερικού, όπως στην Βουλγαρία, Ρουμανία και Αλβανία.

3. Η Εμπορική Τράπεζα ακολουθεί την Στρατηγική ανάπτυξης των δανείων της. Αυτό το βλέπουμε με την δημιουργία νέων επιχειρηματικών δανείων της, εκτός από του «Ανοιχτού Επιχειρηματικού Δανείου Easy Business», έχουμε και τα άλλα επιχειρηματικά δάνεια τα οποία είναι: «Δάνειο Easy Business Ρευστότητα» «το «Επιχειρηματικό Δάνειο Μηχανολογικού Εξοπλισμού Easy Business», και το «Επιχειρηματικό Δάνειο Επιχειρηματικής Στέγης Easy Business».

Με αυτή την δημιουργία των νέων δανείων η Εμπορική προσφέρει στους επιχειρηματίες μεγάλη ποικιλία , ανάλογα με τις ανάγκες τους. Και τέλος έχουμε την «Στρατηγική την διαφοροποιημένη» στην οποία η Εμπορική εξετάζει πως μπορεί να δημιουργήσει νέα δάνεια σε νέες αγορές.

Συμπερασματικά μπορεί να πει κανείς ότι η επιδίωξη των ευκαιριών πρέπει να γίνεται με τη σειρά που ήδη έχει αναφερθεί, για να υπάρξει μια σταθερή και ασφαλής ανάπτυξη της τράπεζας. Με άλλα λόγια πριν αποφασίσει η Εμπορική Τράπεζα να στραφεί σε νέες αγορές και να αναπτύξει νέα δάνεια, θα πρέπει καλύτερα να προσπαθήσει πρώτα να προωθήσει αυτά που έχει, στην ήδη υπάρχουσα αγορά, η οποίες είναι οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις. (Τζωρτζάκης, and Τζωρτζάκη (1996), σελ.135-137)

3.4. Η ΜΕΘΟΔΟΣ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΑΣ BOSTON CONSULTING GROUP (B.C.G.)

Η μέθοδος της B.C.G λαμβάνει υπόψη της δύο παραμέτρους : 1) Το ρυθμό ανάπτυξης της αγοράς και 2) το σχετικό μερίδιο της αγοράς. Σχετικό μερίδιο της αγοράς που έχει η επιχείρηση σε σχέση με το μεγαλύτερο ανταγωνιστή της.

Τα προϊόντα της επιχείρησης ταξινομούνται σε τέσσερις βασικές κατηγορίες. Κάθε κατηγορία προϊόντων τοποθετείται και στο ανάλογο τεταρτημόριο της μήτρας. Έτσι, τα προϊόντα ταξινομούνται σε:

1. Ερωτηματικά
2. Αστερία
3. Αγελάδες (χρυσωρυχεία) και τέλος
4. Σκύλια (προβληματικά)

Η μήτρα ανάπτυξης του μεριδίου της επιχείρησης στην αγορά παρουσιάζει ολόκληρο το χαρτοφυλάκιο της επιχείρησης και δείχνει για κάθε κατηγορία προϊόντων ή υπηρεσιών τα παρακάτω: την αξία του όγκου των πωλήσεων, που παριστάνεται από το μέγεθος του κύκλου επάνω στην μήτρα, το μερίδιο της αγοράς σε σχέση με τους ανταγωνιστές, που φαίνονται από την οριζόντια θέση, που καταλαμβάνει η κατηγορία προϊόντων επάνω στην μήτρα, και τέλος το ποσοστό ανάπτυξης της αγοράς, που φαίνεται από την θέση την οποία καταλαμβάνει η κάθε κατηγορία προϊόντων κάθετα επάνω στην μήτρα. (M.J. Baker, B. Heinemann Ltd 1994, p 94)

3.4.1. Ανάλυση των επιχειρηματικών δάνειων της Εμπορικής τράπεζας συμφώνα με την ταξινόμηση που έχει γίνει:

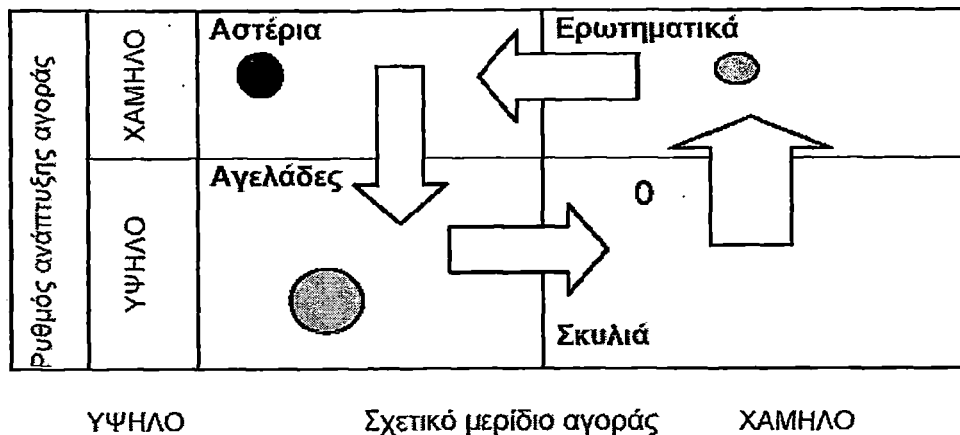
Τα Ερωτηματικά: είναι η κατηγορία των επιχειρηματικών δάνειων, που δεν έχει ακόμα καταφέρει να αποκτήσει μια κυρίαρχη θέση στη αγορά. Αυτό συνεπάγεται με την διάθεση μεγάλων χρηματικών ποσών από την τράπεζα για την υποστήριξη τους σε μια αναπτυσσόμενη αγορά. Τα δάνεια αυτά βρίσκονται στο στάδιο της εισαγωγής τους στην αγορά.

Τα αστερία: είναι τα δάνεια τα οποία έχουν αποκτήσει ένα μεγάλο μερίδιο αγοράς, που αναπτύσσεται με έντονους ρυθμούς, όπως ανέφερα και παραπάνω στο δεύτερο στάδιο του κύκλου ζωής του δάνειου. Σε αυτή την κατηγορία ανήκει το δάνειο Easy Business της Εμπορικής τράπεζας. Τα αστερία είναι τα δάνεια που εξελίσσονται σε αγελάδες (χρυσωρυχεία) για την τράπεζα.

Αγελάδες (χρυσωρυχεία): είναι τα επιχειρηματικά δάνεια της Εμπορικής τράπεζας που είναι αρχηγοί στην αγορά, η οποία χαρακτηρίζεται από μικρούς ρυθμούς ανάπτυξης, αλλά και από μεγάλη σταθερότητα. Τα επιχειρηματικά δάνεια δημιουργούν μεγάλα έσοδα στην τράπεζα και αυτό το βλέπουμε από την μεγάλη ζήτηση που έχουν. Τα δάνεια- αγελάδες βρίσκονται στο στάδιο ωρίμανσης του κύκλου ζωής.

Σκύλοι (προβληματικά): είναι τα επιχειρηματικά δάνεια λόγω του ανταγωνισμού που αντιμετωπίζουν από τις άλλες τράπεζες, όπως την Εθνική και την Alpha, είναι δύσκολο να αυξήσουν το μερίδιο τους στην αγορά. Τα δάνεια εδώ βρίσκονται στο στάδιο παρακμής.

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ-SWOT ANALΥΣΗ



Το «Ανοιχτό Επιχειρηματικό Δάνειο Easy Business» όπως ανέφερα και στον κύκλο ζωής του ανήκει στο δεύτερο στάδιο δηλαδή, της αναπτύξεως των πωλήσεων, άρα στη μήτρα B.C.G. είναι αστέρια.
(M.J. Baker, B. Heinemann Ltd 1994, p 94)

3.5. ΑΝΑΛΥΣΗ ΣΤΟΧΩΝ MARKETING

3.5.1. ΣΤΟΧΟΙ MARKETING

Με την χορήγηση κάθε νέου «Ανοιχτού Επιχειρηματικού Δάνειου Easy Business» το κάθε κατάστημα της Εμπορικής Τράπεζας έχει ως στόχο την πώληση περισσότερων δάνειων έτσι ώστε να έχει αύξηση των κερδών της και του μεριδίου αγοράς της. Απαραίτητη Προϋπόθεση Επιτυχίας είναι:

- Σε επίπεδο Καταστήματος : Επίτευξη του 80% του ανωτέρω στόχου σε συνδυασμό με το 60% του στόχου της Περιφέρειας στην οποία ανήκει το κατάστημα.

- Σε επίπεδο Περιφέρειας : Επίτευξη του 80% του στόχου της Περιφέρειας.
(Εγκύκλιος 43594, Κατηγορία: Οδηγίες διάφορες Αθήνα, 13 Οκτωβρίου 2005)

Ο συνολικός βαθμός επίτευξης στόχου πραγματοποιείται ως εξής :

Συνολικός βαθμός επίτευξης στόχου = (Ποσοστό επίτευξης στόχου «Easy Business» x συντελεστή στάθμισης επίτευξης στόχου Ανοιχτού Επιχειρηματικού Δάνειου Easy Business : 80%) / 100 + (Ποσοστό επίτευξης στόχου «SMILE BUSINESS» x συντελεστή στάθμισης επίτευξης στόχου «SMILE BUSINESS»: 20%) / 100. (Υψηρεσιακό Σημείωμα 3543, Αθήνα, 29 Ιουνίου 2007) :

Ενδεικτικά αναφέρεται ότι έως τα τέλη Αυγούστου 2007 είχαν χορηγηθεί συνολικά 18.673 Ανοιχτά Επιχειρηματικά Δάνεια, με συνολικά εγκεκριμένα όρια 495,6 εκατ. ευρώ και ιδιαίτερα υψηλό ποσοστό χρήσης των εν λόγω ορίων, το

οποίο κατά μέσο όρο στο 71%. «Ενημερωτικό Δελτίο της Εμπορικής Τράπεζας σελίδα 36»

Για το 2009 η Εμπορική τράπεζα έχει ως στόχο την αύξηση των κερδών της από τα επιχειρηματικά δάνεια από 60% σε 70%, καθώς σε πέντε (5) χρόνια να καταφέρει να φτάσει από 70% που είναι τώρα τουλάχιστον σε 75% στις χορηγήσεις επιχειρηματικών δάνειων.

Το μερίδιο αγοράς κατά προσέγγιση από 9% το 2008 που είναι τώρα, για το 2009 σε 10% και σε πέντε (5) χρόνια ο στόχος της τράπεζας είναι να φτάσει το 15% αύξηση του μεριδίου αγοράς. Τέλος στόχος της Εμπορικής είναι η αύξηση του επιτοκίου στα επόμενα πέντε χρόνια από 6% που είναι τώρα να φτάσει τουλάχιστον στο 6,75% ενώ για το 2009 σε 6,25%.

Η αποστολή της τράπεζας αφορά τα προϊόντα της, η οποία είναι να χορηγούμε στους πελάτες μια ασφαλή επένδυση με την ανώτερη απόδοση, να είναι marketer ηγέτης των ισχυρών επιχειρηματικών δάνειων και αυτό το πετυχαίνει η Τράπεζα με την δημιουργία των επιχειρηματικών δάνειων Easy Business τα οποία διαφέρουν πολύ από τα άλλα επιχειρηματικά δάνεια των άλλων τραπεζών.

Κατά την περιγραφή της αποστολής και των στόχων της τράπεζας θα πρέπει να τονιστούν οι σημαντικότερες πολιτικές που επιβάλλεται να τηρηθούν, όπως για παράδειγμα η σωστή αντιμετώπιση-εξυπηρέτηση των πελατών από το προσωπικό της τράπεζας και η δημιουργία εμπιστοσύνης και πίστης στο προϊόν.

Τέλος με βάση τον κύκλο ζωής η Εμπορική τράπεζα κυρίως από το δεύτερο στάδιο, βλέπουμε ότι σαν στόχο έχει την ταχεία αύξηση της πώλησης του δανείου. Η αύξηση των πωλήσεων έχει ως αποτέλεσμα τη μείωση του κόστους παραγωγής του δανείου και ως αποτέλεσμα να φέρει κέρδη. Τα κέρδη αυτά προκαλούν τον ανταγωνισμό από άλλες τράπεζες κυρίως από την Εθνική και από την Alpha. Και αυτό το βλέπουμε όταν οι πωλήσεις του «Ανοιχτού Επιχειρηματικού Δανείου Easy Business» αυξάνονται όπως και τα κέρδη.

Από την μήτρα του Ansoff προκύπτουν οι στόχοι της Εμπορικής Τράπεζας που είναι: να πετύχει αύξηση των σημείων πώλησης των δάνειων της στην ήδη υπάρχουσα αγορά, την δημιουργία περισσότερων θυγατρικών τραπεζών στις χώρες τους εξωτερικού, και την δημιουργία των νέων δάνειων έτσι ώστε να προσφέρει στους επιχειρηματίες μεγάλη ποικιλία.

(Τζωρτζάκης, και Τζωρτζάκη (1996), σελίδα 149-150)

3.5.2. ΣΤΟΧΟΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Στόχος της τράπεζας είναι να αυξήσει την αναγνωρισιμότητα βάσει των παροχών και τη γνώση του δανείου Easy Business σε 60%.

Η Εμπορική Τράπεζα προσπαθεί : α) να πείσει τους πελάτες, παρουσιάζοντας χαρακτηριστικά, ιδιότητες, συγκριτικά πλεονεκτήματα του δανείου της σε σχέση με τα άλλα επιχειρηματικά δάνεια των άλλων τραπεζών, β) να τους

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ-SWOT ΑΝΑΛΥΣΗ

πληροφορήσει και να τους ενημερώσει για το δάνειο της γ) να χτίσει και να διαμορφώσει την εικόνα (Image) του δάνειου, δ) να διαμορφώσει θετική στάση για το Ανοιχτό Δάνειο Easy Business ή να ανατρέψει την αρνητική στάση, ε) να διαφοροποιήσει το δάνειο και να γνωστοποιήσει τις ειδικές προσφορές, στ) να προβάλλει και να διαμορφώσει θετική εικόνα για την επιχείρηση ή τον οργανισμό.

Ως αγορά – στόχο της Εμπορικής Τράπεζας για τα επιχειρηματικά δάνεια είναι: οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις, έτσι προσπαθεί να πετύχει το μέγιστο δυνατό αποτέλεσμα σύμφωνα με τους προκαθορισμένους στόχους, όπως αύξηση της προτίμησης του δάνειου και αύξηση των πωλήσεων τους. (Ζώτος 2000 Θεσσαλονίκη) σελίδες 39-40)

3.6. ΤΜΗΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗ ΠΕΛΑΤΩΝ

Όταν πραγματευόμαστε μια ανάλυση των πελατών μιας επιχείρησης πρέπει καταρχήν να προσδιορίσουμε ποιοι ακριβώς είναι αυτοί οι πελάτες της επιχείρησης μας, ή αγορά στόχος (target group). Οι πελάτες είναι ενήλικα άτομα, ανεξαρτήτως φύλου, έμποροι, γενικά επαγγελματίες.

Για να μπορούμε να έχουμε μια πιο ολοκληρωμένη εικόνα των πελατών θα ήταν χρήσιμο να προβούμε σε μια διαδικασία τμηματοποίησης της αγοράς. Λέγοντας τμηματοποίηση της αγοράς εννοούμε την υποδιαίρεση μιας αγοράς σε ομοιογενή τμήματα πελατών, που το καθένα μπορεί εύκολα να επιλεγεί και να αντιμετωπιστεί σαν μια μικρότερη εξειδικευμένη αγορά.

Η στρατηγική του Μάρκετινγκ έχει δύο βασικούς στόχους οι οποίοι είναι : πρώτος στόχος ,η επιλογή του συγκεκριμένου τμήματος της αγοράς που ενδιαφέρει την επιχείρηση, και ο δεύτερος στόχος είναι η επιλογή της κατάλληλης προσφοράς της επιχείρησης προς το συγκεκριμένο αυτό τμήμα της αγοράς. (Τζωρτζάκη και Τζωρτζάκη 1996 σελ 281-283).

Οι επιχειρήσεις που απευθύνεται το προϊόν της Εμπορικής τράπεζας το «Ανοιχτό Επιχειρηματικό Δάνειο Easy Business», είναι κυρίως οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις, μερικές από τις οποίες έχουν μακρόχρονη πορεία στο εμπόριο και άλλες νέες στην αγορά, οι οποίες στρέφονται σε δάνειο, λήψη για επενδυτικούς λόγους. Κάποιες από τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις που το αντικείμενο εργασίας τους είναι:

1. Εμπορία έτοιμων ενδυμάτων
2. Εμπορία υποδημάτων
3. Εμπορία ειδών διατροφής (μίνι-μάρκετ)
4. Εμπορία καφέ, κακάο, τσαγιού και διαφόρων αφεψημάτων
5. Τυπογραφείο
6. Καφενείο- Καφετέρια
7. Ταβέρνα- Ψησταριά- Ψητοπωλείο
8. Βιβλιοχαρτοπωλείο
9. Κοσμηματοπωλείο

10. Ζαχαροπλασείο
11. Είδη δώρων
12. Βιοτεχνία κατασκευής διαφημιστικών επιγραφών
13. Συνεργείο αυτοκινήτων
14. Βιοτεχνία ενδυμάτων κτλ..

Οι μικρομεσαίες αυτές επιχειρήσεις επιλέγουν το συγκεκριμένο δάνειο γιατί τους προσφέρει υψηλό πιστωτικό όριο έως €60.000, δωρεάν ασφαλιστική κάλυψη, χρηματοδότηση χωρίς εξασφαλίσεις, ανταγωνιστικό επιτόκιο (κυμαινόμενο, από τα χαμηλότερα της αγοράς).

Οι τόκοι υπολογίζονται από την ημερομηνία ανάληψης και αφορούν μόνο το ποσό που χρησιμοποιούν. Κάποιες από τις δραστηριότητες που επιθυμούν να αναπτύξουν και ζητούν δάνειο οι πελάτες είναι: η αγορά μηχανημάτων, η αγορά εμπορευμάτων τους, η δημιουργία της επιχειρήσεις που επιθυμούν κ.α.

Ορισμένα κριτήρια που θα πρέπει να συγκεντρώνει ο υποψήφιος πελάτης για την χορήγηση του δάνειου είναι : α)το όριο ηλικίας του ενδιαφερόμενου πελάτη το οποίο πρέπει να είναι από 25 έως 55 β)αν είναι υφιστάμενος ή μη πελάτης της Εμπορικής Τράπεζας. γ)αν διατηρεί καταθετικούς λογαριασμούς σε άλλες τράπεζες ή αν έχει πάρει δάνειο από άλλου. δ) και το βασικότερο αν η επιχείρηση του πελάτη μπορεί να καλύψει τους όρους του δάνειου. (Εγκύκλιος 43256, Αθήνα 19 Ιουνίου 2002)

Ανακεφαλαιώνοντας την ανάλυση των πελατών της τράπεζας το βασικό συμπέρασμα μας είναι ότι :το δάνειο μας απευθύνεται σε όλες τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις ανεξάρτητα από το αντικείμενο εργασιών τους. και προσφέρει πολλά πλεονεκτήματα.

3.7. ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΥ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΟΣ

3.7.1 ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑ

Με το όρο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα εννοούμε το πλεονέκτημα που διαθέτει μια επιχείρηση σε σχέση με τις ανταγωνίστριες της και το οποίο της προσδίδει μια καλύτερη θέση στον στίβο των πωλήσεων. (Σταμούλης, Πειραιάς 1990).

Η Εμπορική Τράπεζα κατόρθωσε να διαθέτει ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα σε σχέση με το δάνειο της, το «Ανοιχτό Επιχειρηματικό Δάνειο, Easy Business» σε σχέση με τις άλλες ανταγωνίστιμες τράπεζες. Αυτά τα πλεονεκτήματα είναι: η δυνατότητα ανάληψης όλο το 24ωρο από τα ΑΤΜ με ημερήσιο όριο ανάληψης €1.500, το οποίο αποκτάτε εκ νέου δυνατότητα λήψης δάνειου για αντίστοιχο ποσό, ενώ οι άλλες τράπεζες δεν έχουν αυτή την δυνατότητα , επίσης άλλο πλεονέκτημα της είναι το πόσο χρηματοδότησης, το πιστωτικό όριο της Εμπορικής Τράπεζας είναι έως €60.000, αντίθετα η Alpha το

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ-SWOT ΑΝΑΛΥΣΗ

πόσο που χορηγεί είναι έως €40.000, και οι Εθνική από €6.000 μέχρι και το 100% των αναγκών της επιχείρησης σε ελάχιστες μικρομεσαίες επιχειρήσεις.

Άλλο πλεονέκτημα είναι ότι η Εμπορική Τράπεζα αναλαμβάνει την αποπληρωμή του δάνειου, όταν ο πελάτης πεθάνει, ή από ασθένεια ή ατύχημα έχει μόνιμη ολική ανικανότητα, αυτή την κάλυψη οι άλλες τράπεζες δεν την έχουν, όπως επίσης δεν έχουν και δωρεάν και υποχρεωτική ασφαλιστική κάλυψη.

Τέλος άλλο πλεονέκτημα είναι το βασικό επιτόκιο χορηγήσεων, η Εμπορική Τράπεζα το βασικό της επιτόκιο της είναι 6,00% ετησίως, της Alpha είναι 6,25%, ενώ της Εθνικής Τράπεζας είναι 6,10%. Έτσι με βάση τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα που είδαμε παραπάνω καταλαβαίνουμε ότι η Εμπορική Τράπεζα είναι μια ισχυρή τράπεζα σε σχέση με την Alpha και την Εθνική. (Έντυπα φυλλάδια από την Εμπορική-Alpha και Εθνική τράπεζα)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

- 4.1 Προϊόν
- 4.2 Στρατηγική Τιμής – Επιτοκίου
- 4.3 Διαφήμιση – Προωθητικές Ενέργειες
- 4.4 Προϋπολογισμός δραστηριοτήτων που αφορούν την Προβολή – Προώθηση του Δανείου

4.1. ΠΡΟΪΟΝ

Αξιολογώντας τις δυνατότητες της Εμπορικής τράπεζας και με βάση τους στόχους που θέτει, οφείλει να ακολουθήσει μια στρατηγική ανάπτυξης η οποία θα έχει σαν στόχο την αύξηση των κερδών και του μεριδίου που κατέχει στην αγορά.

Μια τέτοιου είδους στρατηγική επικεντρώνεται σε ένα επιθετικότερο μάρκετινγκ των προϊόντων προς τα μέλη της αγοράς στόχου. Στην προκειμένη περίπτωση η τράπεζα θα πρέπει να εκμεταλλευτεί τις ευκαιρίες που τις παρουσιάζονται και να στηριχθεί στις δυνάμεις της, παράλληλα όμως θα πρέπει να δώσει και ιδιαίτερη σημασία στις αδυναμίες της σε σχέση με τους ανταγωνιστές της, την Εθνική Τράπεζα και την Alpha Τράπεζα.

4.1.1. ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ :

Μια εναλλακτική στρατηγική που συνίσταται στην Εμπορική τράπεζα είναι η στρατηγική διαφοροποίησης του προϊόντος της. Αυτού του είδους η στρατηγική βασίζεται στην προώθηση της ιδέας ότι τα προϊόντα που έχει διαφέρουν από τα υπόλοιπα της αγοράς και είναι ανωτέρα. Και σε αυτή την περίπτωση η τράπεζα θα πρέπει να επικεντρωθεί στα δυνατά της σημεία τα οποία είναι το ισχυρό brand name της δηλαδή «ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ», το μεγάλο μερίδιο αγοράς της και η καλή προώθηση πωλήσεων των προϊόντων της. Επίσης θα πρέπει να βασιστεί σε ένα επιθετικό μάρκετινγκ που θα δίνει έμφαση στην μοναδικότητα των προϊόντων της.

Σύμφωνα με τη μήτρα Ansoff θα πρέπει να υιοθετηθεί η στρατηγική της διείσδυσης στις αγορές του εξωτερικού. Είναι μια στρατηγική την οποία χρησιμοποιεί η τράπεζα για να πετύχει τους στόχους της, οι οποίοι είναι: η αύξηση του αριθμού των πελατών της στο εξωτερικό και αύξηση των σημείων πώλησης των δανείων στην αγορά.

Έχοντας τις παραπάνω στρατηγικές, το «Ανοιχτό Επιχειρηματικό Δάνειο Easy Business» της Εμπορικής Τράπεζας θα εξακολουθεί να είναι ένα πρωτοποριακό προϊόν που αποτελεί μια ανακυκλούμενη πίστωση (μέχρι € 100.000) ανοιχτής διάρκειας, μέσω λογαριασμού στον οποίο έχει πρόσβαση ο επιχειρηματίας κάθε στιγμή της ημέρας με την κάρτα Easy Business.

Επίσης, κάθε φορά που εξοφλείται κάποιο ποσό κεφαλαίου στα ATM της Εμπορικής Τράπεζας, αποκτάται εκ νέου δυνατότητα λήψης δανείου για αντίστοιχο ποσό. Το δάνειο Easy Ανοιχτό επίσης προσφέρει δωρεάν ασφαλιστική κάλυψη, και ανταγωνιστικό επιτόκιο (κυμαινόμενο, από τα χαμηλότερα της αγοράς). Έτσι η Εμπορική έχοντας τα παραπάνω πλεονεκτήματα που προσφέρει το δάνειο της, της δίνεται η δυνατότητα να αποσπάσει πελάτες των ανταγωνιστών της υιοθετώντας την στρατηγική του χτισίματος αποτελεσματικού

brand image και ισχυρού brand name (πηγή: Ενημερωτικό Δελτίο της Εμπορικής Τράπεζας, σελ 55, εκδόση στις 10 Νοεμ 2005).

Τέλος με το (Brand Loyals) η Εμπορική έχει καταφέρει να αναπτύξει μια θετική στάση των πελατών της για τα δάνεια, να τους επηρεάσει, να τους πείσει να το εμπιστεύονται, και τέλος να αποκτήσει πελάτες που θα παίρνουν το δάνειο σε επαναλαμβανόμενη βάση και θα επιδεικνύουν υψηλό βαθμό εμπιστοσύνης και προσήλωσης προς τα δάνεια.

4.2. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΤΙΜΗΣ – ΕΠΙΤΟΚΙΟΥ.

Στόχος της στρατηγική τιμής και του επιτοκίου του «Ανοιχτού Επιχειρηματικού Δανείου Easy Business» είναι να διατηρηθούν τα υπάρχοντα πιστωτικά όρια και επιτόκια. Αναλυτικότερα:

- Το υψηλό πιστωτικό όριο του είναι έως € 60.000.
- Το επιτόκιο είναι ανταγωνιστικό, και αυτό το βλέπουμε επειδή είναι κυμαινόμενο, από τα χαμηλότερα της αγοράς. Οι τόκοι υπολογίζονται από την ημερομηνία ανάληψης και αφορούν μόνο το ποσό που χρησιμοποιήθηκε.
- Δίνει την δυνατότητα ανάληψης όλο το 24ωρο από τα ΑΤΜ, με ανώτατο ημερήσιο όριο ανάληψης έως € 1.500.
- Η συνδρομή είναι ετήσια χαμηλή. Επίσης η αποπληρωμή είναι ευέλικτη, με ελάχιστη μηνιαία πληρωμή 2% επί του εκάστοτε κεφαλαίου, πλέον τόκων και λοιπών επιβαρύνσεων. Με δυνατότητα καταβολής μεγαλύτερου ποσού ή και ολικής εξόφλησης, χωρίς καμία ποινή πρόωρης αποπληρωμής, μέσω των ΑΤΜ/ TELEBANK, των ταμείων των καταστημάτων της ΕΜΠΟΡΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ ή του Internet Banking. Η εξόφληση των δόσεων είναι αυτόματη, με πάγια εντολή χρέωσης του καταθετικού λογαριασμού που τηρείτε στην ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ, σήμερα χωρίς πρόσθετη επιβάρυνση και περιττές μετακινήσεις από τους πελάτες. Ο χρόνος που απαιτείται για την έγκριση και εκταμίευση του δανείου κυμαίνεται από 1 έως 5 μέρες.
- Τέλος ο πελάτης έχει τον απόλυτο έλεγχο της κίνησης του λογαριασμού του, κάθε μήνα αποστέλλεται ταχυδρομικά στη διεύθυνση που επιθυμεί ο πελάτης αντίγραφο κίνησης του λογαριασμού, με πλήρη στοιχεία για την εξέλιξη του δανείου. (Διαφημιστικό έντυπο φυλλάδιο της Εμπορικής Τράπεζας)

4.3. ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ – ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΕΣ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ.

Διαφήμιση είναι διαδικασία γνωστοποίησης και επηρεασμού του καταναλωτικού κοινού για ένα προϊόν ή μία υπηρεσία επί πληρωμή. Η διαφήμιση μπορεί να χρησιμοποιεί άλλοτε συγκινησιακά χαρακτηριστικά (επίκληση στο συναίσθημα) που συνδέουν τον χρήστη με την αγορά ή την χρήση του προϊόντος

και άλλοτε λογικά χαρακτηριστικά (επίκληση στη λογική) όπως τεχνικά χαρακτηριστικά και πλεονεκτήματα του προϊόντος σε σχέση με τα ανταγωνιστικά.

Η διαφήμιση ανήκει στο μείγμα προβολής και επικοινωνίας του μίγματος Μάρκετινγκ. Τα τελευταία χρόνια όλο και μεγαλύτερα ποσά ξοδεύονται από τις εταιρίες για την διαφημιστική προβολή των προϊόντων της. Η διαφήμιση παραδοσιακά ανήκει στο τμήμα Μάρκετινγκ μίας επιχείρησης και διεκπεραιώνεται από αυτό. Ωστόσο τα τελευταία χρόνια η εξέχουσα σημασία της διαφήμισης στη επιτυχία ενός προϊόντος και την κερδοφορία μίας επιχείρησης οδηγεί αρκετές εταιρίες στην λήψη εξειδικευμένων υπηρεσιών από επαγγελματικές διαφημιστικές εταιρίες με μεγάλη εμπειρία οι οποίες αναλαμβάνουν την επιλογή και την εκτέλεση του μηνύματος της διαφήμισης. (πηγή: Βικιπαίδεια, την ελεύθερη εγκυκλοπαίδεια).

Η Εμπορική Τράπεζα μπορεί να χρησιμοποιήσει αρκετά μέσα για να επιτύχει την αποστολή της, δηλαδή την γνωστοποίηση του δάνειου της το «Ανοιχτό Επιχειρηματικό Δάνειο Easy Business» ανάλογα με την αγορά- στόχο, κυρίως τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Για τις ανάγκες υποστήριξης του δάνειου η Εμπορική Τράπεζα έκανε κάποιες προωθητικές ενέργειες οι οποίες είναι:

1. Διαφημιστική καμπάνια στα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης (ΜΜΕ) η οποία θα περιλαμβάνει:

- Προβολή διαφήμισης στην τηλεόραση.
- Μετάδοση ραδιοφωνικού μηνύματος.
- Καταχώριση διαφήμισης στον τύπο (εφημερίδες και επιλεγμένα περιοδικά) .

2. Ταχυδρομική αποστολή 40.000 προωθητικού υλικού σε επιλεγμένη πελατεία (κύκλο εργασιών από €30.000 έως €1.000.000, θετική εξέλιξη κύκλου εργασιών ή / και πτώση τζίρου έως 20%, λειτουργία πέραν των δύο (2) ετών, μη ύπαρξη δυσμενών στοιχείων) το οποίο αφορά ένα κουτί που θα εμπεριέχει:

- Anti-stress μπαλάκι «Easy Business».
- Διαφημιστικό έντυπο «Easy Business».
- Επιστολή, σχετικά με τα προϊόντα «Easy Business» η οποία προτρέπει τον παραλήπτη της, με αντάλλαγμα την συμμετοχή του σε κλήρωση, ανεξάρτητα από την έκβαση της συνάντησης, για την ανάδειξη 10 τυχερών που θα κερδίσουν από ένα ολοκληρωμένο πρόγραμμα χαλάρωσης για 2 άτομα στο Thalasso-Spa Center του Ξενοδοχείου Aldemar Royal Mare Village στον Λιμένα Χερσονήσου Κρήτης (η προσφορά περιλαμβάνει αεροπορικά εισιτήρια, δύο διανυκτερεύσεις και το πρόγραμμα χαλάρωσης «Vertebral»)

3. Τηλεφωνική επικοινωνία με τους 40.000 παραλήπτες του ανωτέρω προωθητικού υλικού, από την εταιρία MEDIAFON με την οποία η Τράπεζα συνεργάζεται. Η τηλεφωνική επικοινωνία θα αποβλέπει στον καθορισμό συνάντησης του πελάτη με τους πελατειακούς λειτουργούς του καταστήματος, στην περιοχή ευθύνης του οποίου ανήκει ο πελάτης, με σκοπό την ενημέρωση και την επίτευξη πώλησης (χρηματοδότησης). Οι πελατειακοί λειτουργοί του καταστήματος ενημερώνονται για τις καθορισμένες ημερομηνίες

συνάντησης με τους δυνητικούς πελάτες, απευθείας από την MEDIAFON μέσω Φάξ. (Εγκύκλιος 43594 Αθήνα 17 Μάιο 2005)

Η Εμπορική τράπεζα κάνοντας αυτές τις προωθητικές ενέργειες έχει επιτύχει τους επιθυμητούς της στόχους. Χρήσιμο θα ήταν επίσης, η Εμπορική Τράπεζα να δημιουργήσει ένα site που θα απευθύνεται αποκλειστικά στους ενδιαφερόμενους των επιχειρηματικών δάνειων, έτσι ώστε ο πελάτης να επισκεφτεί το site και να ενημερωθεί μόνος του σχετικά με τα δάνεια . Επίσης με τους υπερσυνδέσμους (Hyperlinks) που θα εμπεριέχουν διαφορα site, μπορεί να συνδέεται, επιλέγοντας συγκεκριμένα αντικείμενα όπως (εικόνες και λέξεις), με άλλες ιστοσελίδες, οι οποίες θα έχουν περαιτέρω πληροφορίες για τα δάνεια.

Με βάση τα παραπάνω εκτιμάται ότι για το δάνειο αυτό δημιουργούνται εκείνες οι προϋποθέσεις και οι δυνατότητες ώστε να βελτιωθεί η θέση της Εμπορικής Τράπεζας στην συγκεκριμένη αγορά προσελκύοντας νέα πελατεία και αυξάνοντας έτσι το μερίδιο αγοράς. Ταυτόχρονα επιτυγχάνεται καλύτερη διαχείριση αυτής της κατηγορίας των δάνειων. (Εγκύκλιος 43256 Αθήνα 19 Ιουνίου 2005)

4.4. Προϋπολογισμός Δραστηριοτήτων που αφορούν την προβολή- προώθηση του δάνειου.

Η τηλεόραση αποτελεί το ισχυρότερο και δημοφιλέστερο μέσο για εκπομπή του διαφημιστικού μηνύματος, και γι' αυτό το λόγο δίνονται αρκετά μεγάλα ποσά για διαφήμιση στην τηλεόραση, όπως μια χαρακτηριστική διαφήμιση της Εμπορικής ήταν με ένα «χασάπη μέσα στο μέτρο» που διαφήμιζε το επιχειρηματικό δάνειο «Easy Business» . Το ραδιόφωνο είναι ένα μέσο με χαμηλό κόστος, σχετικά με την αγορά «χρόνου» του διαφημιστικού μηνύματος, άλλα και με την παραγωγή. Οι εφημερίδες παρέχουν την δυνατότητα στο διαφημιστικό μήνυμα να διαβάζεται από ένα ευρύ αναγνωστικό κοινό. Τέλος τα περιοδικά διακρίνονται ως προ του χρόνου έκδοσης τους, άλλα είναι εμβομαδιαία, μηνιαία, δεκαπενθήμερα κ.α, και το κόστος τους καθορίζεται ανάλογα με : τη θέση, τα χρώματα που χρησιμοποιούνται και το μέγεθος της διαφημίσεις. Ο πίνακας που ακολουθεί παρουσιάζει τον προϋπολογισμό που αφορά τη διαφήμιση και προωθητικές ενέργειες τοπικά στην πόλη της Κατερίνης. Δραστηριότητες που αφορούν την προβολή – προώθηση του δάνειου.

Δραστηριότητες που αφορούν την προβολή – προώθηση του δάνειου.	
ΜΜΕ	ΚΟΣΤΟΣ
Τηλεόραση	15.000€
Ραδιόφωνο	900€
Εφημερίδες	500€
Περιοδικά	350€
ΧΟΡΗΓΙΕΣ ΣΤΑ ΜΕΣΑ-ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ	
Τοπικές εκδηλώσεις	1.200€
Αθλητικές εκδηλώσεις	1000€
Καλλιτεχνικά	600€

Τα πόσα είναι ενδεικτικά μετά από ερευνά στην πόλη της Κατερίνης.
(Ζώτος (2000 Θεσσαλονίκη), σελ.250-253)

4.5. ΚΑΝΑΛΙΑ ΔΙΑΝΟΜΗΣ ΤΗΣ ΕΜΠΟΡΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ.

Διανομή είναι το μέσο με το οποίο καθορίζεται ο τόπος στον οποίο οι καταναλωτές μπορούν να βρουν και να αγοράσουν ένα προϊόν. Η στρατηγική που η Εμπορική τράπεζα θα ακολουθήσει για τα δίκτυα διανομής της είναι η στρατηγική έλξης, η οποία βασίζεται στο γεγονός ότι η Εμπορική τράπεζα διαθέτει μεγάλα κεφάλαια για την προώθηση και διαφήμιση του δάνειου της προκειμένου αυτό να είναι ευρέως διαδεδομένο στο καταναλωτικό κοινό και να δημιουργεί ζήτηση.

Η Εμπορική τράπεζα έχοντας υποκαταστήματα στις ήδη υπάρχουσες ξένες χώρες όπως Ρουμανία, Βουλγαρία και Αλβανία, για να προωθήσει ακόμη περισσότερο το δάνειο της θα μπορούσε να δημιουργήσει και άλλα υποκαταστήματα μέσα στις χώρες έτσι ώστε το δάνειο να έχει περισσότερη ζήτηση και να γίνει ευρέως γνωστό.

Τέλος θα μπορούσε η Εμπορική τράπεζα να δημιουργήσει και άλλα υποκαταστήματα μέσα στον Ελλαδικό χώρο, δηλαδή σε παραμεθόριες περιοχές έτσι ώστε ο ενδιαφερόμενος πελάτης να μπορεί να επισκεφτεί το κατάστημα της περιοχής του για να ενημερωθεί για το δάνειο.
(Ζώτος (2000 Θεσσαλονίκη) ,σελ.70)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο

ΆΛΛΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ ΤΗΣ

ΕΜΠΟΡΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ

- 5.1 Internet Banking
- 5.2 Phone Banking
- 5.3 Πιστωτικές Κάρτες
- 5.4 Αυτόματες Ταμειολογιστικές Μηχανές (Α.Τ.Μ.)

5.1 Internet Banking

Το Internet Banking είναι ένας εύκολος, γρήγορος και ασφαλής τρόπος για πραγματοποίηση τραπεζικών και χρηματιστηριακών συναλλαγών από οποιοδήποτε σημείο υπάρχει δυνατότητα σύνδεσης στο Internet (από το σπίτι, το γραφείο, το φορητό υπολογιστή ακόμα και από το εξωτερικό).

Παρέχει υπηρεσίες που προσθέτουν αξία στον πελάτη:

- Ταχύτητα, ευκολία, και ευελιξία στις συναλλαγές.
- Διαθεσιμότητα υπηρεσιών σε 24ωρη βάση, 7 ημέρες την εβδομάδα, 365 ημέρες το χρόνο.
- Χαμηλή έως μηδενική τιμολόγηση υπηρεσιών, σε σχέση με τις συναλλαγές στον γκισέ.
- Άμεση διαχείριση των συναλλαγών (πληροφοριακών, επενδυτικών δανειακών, πληρωμών κ.τ.λ). Ειδικότερα:
 - Ενημέρωση για τα υπόλοιπα και τις κινήσεις των καταθετικών, χρηματοδοτικών και επενδυτικών λογαριασμών.
 - Μεταφορά χρημάτων, σε λογαριασμούς του πελάτη ή τρίτων στην Ελλάδα και στο εξωτερικό.
 - Πληρωμή πιστωτικών καρτών και οφειλών σε εταιρείες/οργανισμούς.
 - Εξόφληση λογαριασμών ΔΕΗ, ΟΤΕ, κινητής τηλεφωνίας, ασφαλιστήριων συμβολαίων κ.ά.
 - Αγοραπωλησία μετοχών.

Παρέχει πολλές επιπλέον δυνατότητες για επιχειρηματίες και επιχειρήσεις, όπως:

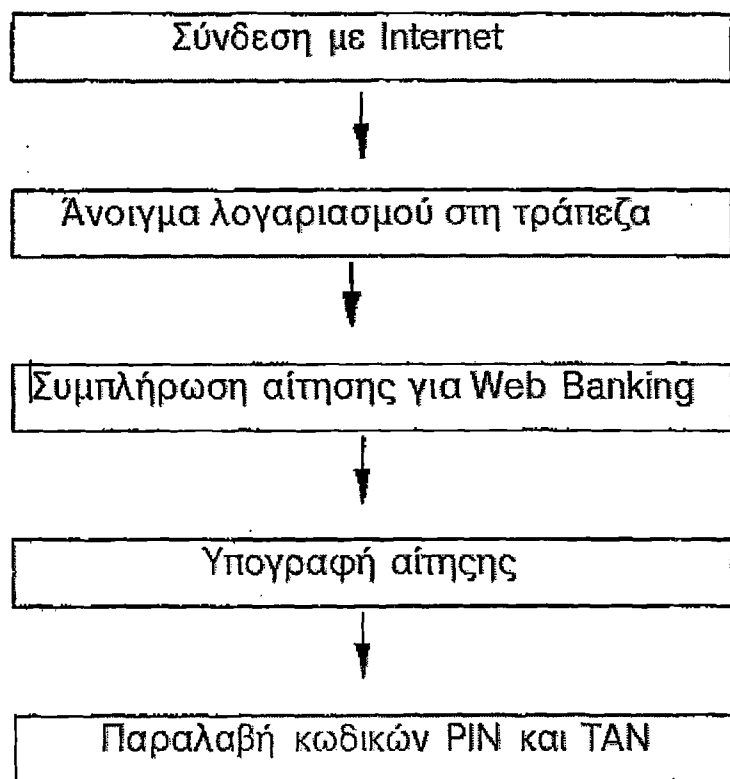
- Πληρωμή ΦΠΑ, ΙΚΑ, ΤΕΒΕ.
- Μαζικές πληρωμές σε συνεργάτες, προμηθευτές, μισθοδοσία προσωπικού.
- Μαζικές εισπράξεις από οφειλέτες, με αυτόματη χρέωση του λογαριασμού τους.

Με τις δυνατότητες αυτές επιτυγχάνεται η αυτοματοποίηση και η βελτιστοποίηση των διαδικασιών, μείωση των λειτουργικών εξόδων και προσαρμογή στις ανάγκες της επιχείρησης.

Τα απαραίτητα βήματα που πρέπει να κάνει κάποιος πριν ξεκινήσει το **Internet Banking**. Πρώτα θα πρέπει να φροντίσει για μια σύνδεση με το Internet με κάποια από τις εταιρείες (ISP - Internet Service Provider) που παρέχουν πρόσβαση σε αυτό. Απαραίτητη επίσης προϋπόθεση είναι να υπάρχει τουλάχιστον ένας τραπεζικός λογαριασμός στη συγκεκριμένη τράπεζα. Στη συνέχεια συμπληρώνεται ηλεκτρονικά μια αίτηση μέσα από τη διεύθυνση της τράπεζας, υπογράφεται η αίτηση-σύμβαση και παραλαμβάνονται οι κωδικοί PIN

(Personal Identification Number) και TAN (Transaction Authentication Number) (Σχήμα 1).

Τα απαραίτητα βήματα στο Internet Banking³



Σχήμα 1.

5.1.1 Οφέλη του e-banking

Τα οφέλη για τους πελάτες είναι:

- Αποδέσμευση από το ωράριο. Ο πελάτης δεν είναι υποχρεωμένος να πραγματοποιεί τις συναλλαγές του όταν τα καταστήματα των τραπεζών είναι ανοκτά.
- Αποφυγή της προσέλευσης στο κατάστημα αφού οι συναλλαγές του γίνονται και από το σπίτι ή το γραφείο του.

- Περισσότερος ελεύθερος χρόνος αφού το μόνο που έχει να κάνει είναι να συνδεθεί με το Internet.
- Περισσότερη ευελιξία και άνεση
- Αποφυγή της γραφειοκρατίας. Μπροστά στην οθόνη του υπολογιστή του βρίσκονται πολλές από τις εργασίες που μπορεί να πραγματοποιήσει. Έτσι δεν χρειάζεται να εξυπηρετείται από διαφορετικούς υπαλλήλους.
- Ποιότητα και αξιοπιστία στις συναλλαγές
- Γρήγορη εξυπηρέτηση

Τα οφέλη για τις επιχειρήσεις είναι:

- Αποδέσμευση από ωράριο
- Μείωση του κόστους εφόσον οι συναλλαγές μπορούν να γίνουν σε λιγότερο χρόνο. Έτσι δεν απασχολούνται υπάλληλοι για παραπάνω εργασία.
- Διευκόλυνση επαφών μεταξύ επιχειρήσεων. Μέσω της άμεσης εκτέλεσης των εργασιών που έχουν συμφωνηθεί μεταξύ των επιχειρήσεων δημιουργείται ένα κλίμα εμπιστοσύνης.
- Ποιότητα και αξιοπιστία στις συναλλαγές
- Γρήγορη εξυπηρέτηση

Το on-line banking (οι ηλεκτρονικές συναλλαγές που γίνονται σε πραγματικό χρόνο) παρέχει στην τράπεζα που αποφασίζει να επενδύσει σε αυτό σημαντικά οφέλη:

- Αποκτά ένα συμπληρωματικό δίκτυο για την προσέγγιση πελατών, αφού δεν απαιτείται η φυσική παρουσία του πελάτη στο κατάστημα και άρα η ύπαρξη φυσικού δικτύου της τράπεζας
- Στρέφει ένα μέρος του ανθρώπινου δυναμικού της σε εργασίες όπου η «προσωπική επαφή» είναι απαραίτητη, π.χ. σε συμβουλευτικές υπηρεσίες και πωλήσεις προς τους πελάτες.
- Μειώνει το λειτουργικό κόστος της, δεδομένου ότι οι συναλλαγές μέσω Internet έχουν πολύ χαμηλότερο κόστος και από τις συναλλαγές στο κατάστημα (υπολογίζεται ότι το κόστος μπορεί να μειωθεί από 1% έως 25%) αλλά και από τις συναλλαγές στο ATM ή στο τηλέφωνο μέσω phone banking. Επιπλέον, λόγω του μικρότερου κόστους, η τράπεζα έχει τη δυνατότητα να προσφέρει στους πελάτες της προϊόντα/υπηρεσίες με χαμηλότερα επιτόκια/υψηλότερους τόκους κλπ.
- Αποκτά πρόσβαση στο κοινό μιας ευρύτερης γεωγραφικά περιοχής, εκτός των στενών εθνικών συνόρων.

5.1.2 Ανασταλτικοί παράγοντες

Βέβαια υπάρχουν και αρκετοί πελάτες που δεν είναι ενθουσιασμένοι με την ιδέα της ηλεκτρονικής τραπεζικής. Οι σημαντικότεροι παράγοντες στους οποίους οφείλεται η σχετικά καθυστερημένη ανάπτυξη του e-banking στη χώρα μας είναι:

1. Η μικρή διείσδυση του Internet
2. Η έλλειψη ενός μοντέρνου και κατάλληλου νομοθετικού πλαισίου, το οποίο είναι απαραίτητο για τη σωστή ανάπτυξη και λειτουργία του e-banking.
3. Βασικό πρόβλημα που υπάρχει ακόμα και σήμερα είναι η ανάγκης φυσικής παρουσίας του πελάτη για το άνοιγμα ενός λογαριασμού, το οποίο είναι απαραίτητο για την πιστοποίηση του γνήσιου της υπογραφής του.
4. Επίσης, υπάρχει και η κατηγορία εκείνη των πελατών των τραπεζών που είναι γνώστες των νέων τεχνολογιών εξακολουθούν όμως να είναι διστακτικοί να τις εφαρμόσουν γιατί δεν εμπιστεύονται ακόμα τις δικτυακές συναλλαγές και φοβούνται σε θέματα ασφάλειας, κυρίως στο διαδίκτυο. (Διαφημιστικό έντυπο φυλλάδιο της Εμπορικής Τράπεζας)

5.2 Phone Banking

Το Phone Banking ένας πρωτοποριακός εναλλακτικός τρόπος τραπεζικής εξυπηρέτησης μέσω τηλεφώνου. Και αυτή η υπηρεσία όπως και το Internet Banking είναι στη διάθεση του πελάτη 24 ώρες το 24ωρο, 365 ημέρες το χρόνο.

Τα τελευταία χρόνια δίνεται μεγάλη έμφαση στη χρήση της τηλεφωνικής συσκευής για τη διανομή των τραπεζικών υπηρεσιών. Ανήκει στις υπηρεσίες του remote banking. Δηλαδή τις υπηρεσίες που προσφέρονται μέσω ηλεκτρονικών συσκευών οι οποίες συνδέονται με τα πληροφοριακά συστήματα της τράπεζας. Οι υπηρεσίες αυτές προσφέρονται είτε μέσα από το ιδιωτικό δίκτυο που έχει η τράπεζα είτε μέσω κοινόχρηστων δικτύων που λειτουργούν σε όλες τις χώρες. Στην περίπτωση της τηλεφωνικής εξυπηρέτησης χρησιμοποιείται το τηλεφωνικό δίκτυο και μικρές συσκευές που κωδικοποιούν - αποκωδικοποιούν τα στοιχεία που ζητά ο χειριστής τους.

Οι συναλλαγές μέσω τηλεφώνου είναι μια λύση που εξοικονομεί πολύτιμο χρόνο στους συναλλασσόμενους με την τράπεζα. Με ένα απλό τηλεφώνημα, από οποιαδήποτε τηλεφωνική συσκευή που υποστηρίζεται από τονικό σύστημα, με χρέωση αστικής μονάδας, ο συναλλασσόμενος πελάτης έχει τις παρακάτω χρησιμότητες:

- Μεταφέρει ποσά από έναν λογαριασμό σε άλλο
- Εξοφλεί λογαριασμούς πιστωτικών καρτών
- Ειδοποιεί για την απώλεια της χρεωστικής ή πιστωτικής του κάρτας
- Εξοφλεί λογαριασμούς ΟΤΕ, ΔΕΗ και ύδρευσης
- Ενημερώνεται για την κίνηση των λογαριασμών του
- Εξακριβώνει εάν έχει εξαργυρωθεί κάποια επιταγή του
- Μπορεί να παραγγείλει βιβλιάριο επιταγών
- Μπορεί να πληροφορείται για τις τιμές συναλλάγματος και τις τιμές κλεισίματος του χρηματιστηρίου Αθηνών
- Μπορεί να δώσει οδηγίες για την αγορά εντόκων γραμματίων ή ομολόγων.

Η τηλεφωνική επικοινωνία γίνεται μέσω υπαλλήλου της τράπεζας. Όλες οι συνδιαλέξεις ηχογραφούνται για την ασφάλεια τόσο του πελάτη όσο και της τράπεζας.

Οι συναλλαγές μέσω τηλεφώνου μειώνουν τα τραπεζικά έξοδα και παράλληλα δίνουν τη δυνατότητα στον υπάλληλο που είναι αρμόδιος για αυτού του είδους τις συναλλαγές να εκμεταλλεύεται ευκαιρίες για διασταυρούμενες πωλήσεις τραπεζικών υπηρεσιών στην περίπτωση που πελάτες τηλεφωνούν για να ενημερωθούν για λοιπά τραπεζικά προϊόντα και υπηρεσίες.

Συμπερασματικά, η τηλεφωνική εξυπηρέτηση δίνει τη δυνατότητα στην τράπεζα να μειώσουν το λειτουργικό της κόστος μεταφέροντας τις απλές συναλλαγές από το γκισέ στο τηλέφωνο και παράλληλα να δημιουργήσει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα κτίζοντας την εικόνα της προοδευτικής πελατοκεντρικής τράπεζας. Επιπλέον δίνεται η ευκαιρία να εντοπίσουν τους πελάτες που ενδιαφέρονται για νέες υπηρεσίες και προϊόντα.

5.3 ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΚΑΡΤΕΣ

Οι πιστωτικές κάρτες έχουν μπει πλέον στη ζωή όλων μας, πρέπει όμως να ανακαλύψουμε την **σωστή** και **ασφαλή** χρήση της πιστωτικής μας κάρτας, και να αξιοποιήσουμε τις δυνατότητες και τα **οικονομικά οφέλη** που μας παρέχει ώστε να μπορούμε εύκολα και ξένοιαστα να ελέγχουμε το πορτοφόλι μας και να βγαίνουμε πάντα κερδισμένοι.

Η Εμπορική Τράπεζα έχει «χτίσει» μια ολόκληρη επιστήμη γύρω από τον τομέα των πιστωτικών καρτών. Εκτός από το δικό της κέρδος και όφελος προσέχει και το όφελος των πελατών της. Παρέχει στους πελάτες της οικονομικά οφέλη όπως:

- Άτοκη πίστωση μέχρι και 55 μέρες από την ημερομηνία αγοράς των προϊόντων σας
- Άτοκες δόσεις
- Συναλλαγές σε ξένο νόμισμα, αγορά χαρτονομίσματος στα ταξίδια μας με κέρδος την καλύτερη τιμή μετατροπής του νομίσματος σε Ευρώ αλλά και την προμήθεια μετατροπής σε συνάλλαγμα.
- Ασφαλιστικές και ταξιδιωτικές καλύψεις
- Ελαχιστοποίηση κινδύνου απώλειας / κλοπής των μετρητών μας με την χρήση της κάρτας σε οποιαδήποτε συναλλαγή
- Επιστροφή τόκων έως και 30%
- Δωρεάν συνδρομή για πάντα σε έκδοση δεύτερης κάρτας
- Εγγραφή στην υπηρεσία Emporiki Bank Secure, για την πλήρη εξασφάλισή μας από την χρήση της κάρτας μας στο internet.
- Προστασία από αθέμιτη χρήση της κάρτας για ποσά άνω των 150 €

ΆΛΛΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ ΤΗΣ ΕΜΠΟΡΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ

- Σε περίπτωση απώλειας ή κλοπής της κάρτας μας στο εξωτερικό δωρεάν άμεση αντικατάσταση και
- Καταβολή μετρητών έκτακτης ανάγκης μέχρι να αντικατασταθεί η κάρτα μας.

Ειδικότερα οι πιστωτικές κάρτες που παρέχει η Εμπορική Τράπεζα στους πελάτες της είναι:

- **Εμπορική Bank Visa Electron.** Η Εμπορική Bank Visa Electron απευθύνεται σε όλους εκείνους που αναζητούν μια σύγχρονη, διεθνή αλλά και οικονομική πιστωτική κάρτα. Είναι ειδικά σχεδιασμένη να χρησιμοποιείται μόνο σε ηλεκτρονικά μηχανήματα (POS και ATM), προσφέροντας γρήγορη εξυπηρέτηση και απόλυτο έλεγχο του πιστωτικού υπολοίπου. Πιστωτικό όριο: Έως 3.000€
- **ANT1 VISA .** Ο Antenna και η Εμπορική Τράπεζα δημιούργησαν την κάρτα-σταθμό, που εγκαινιάζει μια καινούργια εποχή στις κάρτες. Σας προσφέρει όλα όσα προσφέρει μια κάρτα Visa και επιπλέον ατέλειωτες προσφορές, δώρα, ευκαιρίες, διαγωνισμούς, ψυχαγωγικά παιχνίδια. Μέσω του Antenna επικοινωνεί μαζί σας καθημερινά, χαρίζοντας την ευκαιρία να κερδίσετε πολλά προνόμια. Πιστωτικό όριο: Έως 9.000€.
- **Εμπορική Bank Visa Business.** Η Εμποροκάρτα Visa Business απευθύνεται σε επιχειρήσεις και οργανισμούς που επιθυμούν να χορηγήσουν κάρτες στα στελέχη τους, σαν επιβράβευση ή πρόσθετη αμοιβή και για διευκόλυνση των εταιρικών τους δραστηριοτήτων.
- **Εμπορική Bank Visa Gold.** Μια πιστωτική κάρτα που παρέχει υψηλή ποιότητα υπηρεσιών, για σας που επιθυμείτε προνομιακή εξυπηρέτηση από εκατομμύρια επιχειρήσεις στην Ελλάδα και το εξωτερικό. Πιστωτικό όριο: Έως 40.000€.
- **Εμπορική Bank MasterCard.** Η κάρτα που σχεδιάστηκε από την Εμπορική Bank για να ικανοποιήσει κάθε ανάγκη. Πιστωτικό όριο: Έως 8.000€.
- **Εμποροκάρτα.** Η Εμποροκάρτα είναι η μόνη ελληνική πιστωτική κάρτα που αναγνωρίζεται από χιλιάδες επιχειρήσεις. Για εκείνους οι οποίοι κινούνται στην Ελλάδα, διευκολύνονται για τις καθημερινές συναλλαγές τους με τα ειδικά πλεονεκτήματα και τη μοναδική αποδοχή που τους προσφέρει η Εμποροκάρτα. Πιστωτικό όριο: Έως 4.000€.
- **Χρεωστική κάρτα Εμπορική Bank VISA Debit.** Η Εμπορική Bank VISA-DEBIT είναι η κάρτα που μας παρέχει την δυνατότητα να κάνουμε αγορές εύκολα και με ασφάλεια, με απευθείας χρέωση του λογαριασμού μας, χωρίς συνδρομή και τόκους και ταυτόχρονα να έχουμε εύκολη πρόσβαση στους τραπεζικούς μας λογαριασμούς. Επιπλέον είναι η πρώτη Τράπεζα στην Ελλάδα που ενσωμάτωσε την

τεχνολογία chip, σε χρεωστική κάρτα για μεγαλύτερη διασφάλιση των συναλλαγών μας.

- **Εμπορική Bank Visa.** Για όσους επιθυμούν όλο τον κόσμο στα χέρια τους, δηλαδή άμεση εξυπηρέτηση σε όλο τον κόσμο και συναλλαγές με διεθνή αναγνώριση. Πιστωτικό όριο: Έως 8.000 €

Η Εμπορική Τράπεζα μας δίνει τη δυνατότητα να αποκτήσουμε την πιστωτική κάρτα που κάνει τις συναλλαγές μας απλή υπόθεση και τη σχέση μας με την Τράπεζα πιο φιλική και σίγουρα, πιο αποτελεσματική. Η Εμπορική Τράπεζα έχει ένα νέο προνομιακό πρόγραμμα ανταμοιβής κατόχων πιστωτικών καρτών που τους παρέχει:

- Επιστροφή Τόκων έως και 30%
- Απαλλαγή Ετήσιας Συνδρομής για πάντα, και για τους Νέους κατόχους
- Δωρεάν Συνδρομή για πάντα

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΕΠΙΣΤΡΟΦΗΣ ΤΟΚΩΝ Για ποιες κάρτες ισχύει:

Εμπορική Bank VISA Electron

Υψος Συναλλαγών ανά Τρίμηνο (€)	Επιστροφή Τόκων
Λιγότερο από € 750	0%
Από € 750 και λιγότερο από € 1.500	10%
Από € 1.500 και άνω	30%

Εμπορική Bank VISA, Εμπορική Bank MASTERCARD, ANT1-VISA, VISA Audi- VW

Υψος Συναλλαγών ανά Τρίμηνο (€)	Επιστροφή Τόκων
Λιγότερο από € 1.200	0%
Από € 1.200 και λιγότερο από € 2.500	10%
Από € 2.500 και άνω	30%

Εμπορική Bank VISA Gold

Υψος Συναλλαγών ανά Τρίμηνο (€)	Επιστροφή Τόκων
Λιγότερο από € 2.500	0%
Από € 2.500 και λιγότερο από € 5.000	10%
Από € 5.000 και άνω	30%

5.4 Αυτόματες Ταμειολογιστικές Μηχανές (Α.Τ.Μ.)

Οι μηχανές αυτές ενεργοποιούνται με τη μαγνητική λωρίδα της κάρτας μετρητών (Cashcard) και την πληκτρολόγηση του προσωπικού κωδικού αριθμού του πελάτη. Μέσω των **ATMs (Automatic Teller Machines)** μπορούν να γίνουν οι παρακάτω συναλλαγές:

- Ανάληψη και κατάθεση μετρητών
- Μεταφορές ποσών από λογαριασμό σε λογαριασμό
- Ενημέρωση για το υπόλοιπο λογαριασμών
- Ανάληψη μετρητών με πιστωτική κάρτα
- Πληρωμή λογαριασμών πιστωτικών καρτών
- Πληρωμή καταναλωτικών δανείων
- Πληρωμή λογαριασμών ΔΕΗ, ΟΤΕ και ύδρευσης.

Επίσης η διεύρυνση του δικτύου διανομής τους με την εγκατάσταση ATMs σε χώρους εκτός τραπεζικών καταστημάτων επιτρέπει στις τράπεζες να μειώσουν το λειτουργικό τους κόστος και παράλληλα να αυξήσουν την πελατεία τους μέσω της ενίσχυσης του γοήτρου της.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6^ο

ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΦΡΑΓΜΟΙ ΣΤΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΤΡΟΠΟΙ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗΣ

- 6.1 Η επιχειρηματική δραστηριότητα της Εμπορικής Τράπεζας
- 6.2 Φραγμοί στο Μάρκετινγκ Προσανατολισμό
- 6.3 Τρόποι Αντιμετώπισης από την Εμπορική Τράπεζα

6.1 Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΕΜΠΟΡΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ

Η Εμπορική Τράπεζα δραστηριοποιείται στην ευρύτερη περιοχή των Βαλκανίων, μέσω θυγατρικών της τραπεζών στην Αλβανία, τη Βουλγαρία και τη Ρουμανία.

ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ

Η Εμπορική Τράπεζα, μέσω της θυγατρικής της Εμπορική Bank Bulgaria EAD με μετοχικό κεφάλαιο 8,38 εκατ. ευρώ, έχει δίκτυο 8 καταστημάτων (3 στη Σόφια και 5 στην περιφέρεια) με 75 εργαζομένους. Για το 2009 προβλέπεται η ανάπτυξη του δικτύου τόσο στη Σόφια όσο και στην υπόλοιπη χώρα με 12 νέα καταστήματα. Το συνολικό ύψος των καταθέσεων και των χορηγήσεων της στις 31.12.05 ανήλθε σε 25,18 εκατ. ευρώ και 35,76 εκατ. ευρώ αντίστοιχα. Για το 2006 προβλέπεται κυρίως η ανάπτυξη της λιανικής τραπεζικής (δάνεια για μικρομεσαίες επιχειρήσεις, στεγαστικά δάνεια σε αλλοδαπούς, στεγαστικά δάνεια σε βούλγαρους μετανάστες που διαμένουν στην Ελλάδα, πιστωτικές κάρτες VISA), καθώς και υπηρεσίες internet banking, φύλαξης χαρτοφυλακίου κ.λπ.

ΡΟΥΜΑΝΙΑ

Η Εμπορική Τράπεζα, με τη θυγατρική της Εμπορική Bank SA με μετοχικό κεφάλαιο 20,71 εκατ. ευρώ, έχει δίκτυο 7 καταστημάτων (3 καταστήματα στο Βουκουρέστι και 4 στην περιφέρεια), ενώ το απασχολούμενο προσωπικό της ανέρχεται σε 112 άτομα. Για το 2009 προβλέπεται η ανάπτυξη του δικτύου τόσο στο Βουκουρέστι όσο και στην υπόλοιπη χώρα με 10 νέα καταστήματα. Το συνολικό ύψος των καταθέσεων και των χορηγήσεων της στις 31.12.05 ανήλθε σε 38,63 εκατ. ευρώ και σε 58,88 εκατ. ευρώ αντίστοιχα. Για το 2009 σκοπός είναι κυρίως η περαιτέρω ανάπτυξη της λιανικής τραπεζικής.

ΑΛΒΑΝΙΑ

Η Εμπορική Τράπεζα δραστηριοποιείται μέσω της θυγατρικής της Εμπορική Bank Albania SA, με μετοχικό κεφάλαιο της οποίας ανέρχεται σε 9,58 εκατ. ευρώ. Το δίκτυο της αποτελείται από 3 καταστήματα (1 κατάστημα και 1 θυρίδα στα Τίρανα , καθώς και 1 κατάστημα στην Αυλώνα), ενώ το απασχολούμενο προσωπικό της ανέρχεται σε 60 άτομα. Για 2009 προβλέπεται η ανάπτυξη του δικτύου τόσο στα Τίρανα όσο και στην υπόλοιπη χώρα με 8 νέα καταστήματα. Το συνολικό ύψος των καταθέσεων και των χορηγήσεων της στις 31.12.07 ανήλθε σε 32,16 εκατ. ευρώ και σε 42,01 εκατ. ευρώ αντίστοιχα. Δραστηριοποιείται και στη λιανική τραπεζική, τομέας στον οποίο θα δοθεί έμφαση το 2009 μαζί με την επιχειρηματική τραπεζική.

ΣΤΟΧΟΙ

Η Εμπορική Τράπεζα, βάσει του επιχειρηματικού σχεδίου 2006-2008, σκοπεύει να τετραπλασιάσει το δίκτυο των καταστημάτων των θυγατρικών της τραπεζών στις χώρες που έχει ήδη παρουσία, με αντικειμενικό σκοπό την αύξηση της κερδοφορίας σε επίπεδο Ομίλου. Στόχος για το τέλος της τριετίας 2006-2008 είναι η σημαντική συμμετοχή των κέντρων, που θα προέρχονται από τις θυγατρικές τράπεζες που δραστηριοποιούνται στα Βαλκάνια, στα κέρδη του Ομίλου, και οι νέες τράπεζες να είναι υγιές χρηματοπιστωτικά ιδρύματα με υψηλό επίπεδο προσωπικού, το οποίο θα προσφέρει σύγχρονα προϊόντα και υπηρεσίες. Επίσης εξετάζεται το ενδεχόμενο επέκτασης των δραστηριοτήτων της σε άλλες χώρες της περιοχής που παρουσιάζουν ενδιαφέρον, όπως η Σερβία, όπου ήδη συμμετέχει σε διαδικασία κρατικής τράπεζας.

(Δελτίο: Ελληνική ένωση τραπεζών, τεύχος 43 σελ 39-40)

6.2. ΦΡΑΓΜΟΙ ΣΤΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΠΡΟΣΑΝΑΤΟΛΙΣΜΟ

Η Εμπορική τράπεζα ως ισχυρός, ευέλικτος, ανταγωνιστικός, κερδοφόρος τραπεζικός όμιλος, που προσαρμόζεται με ταχύτητα στις μεταβολές του εξωτερικού περιβάλλοντος, με σημαντική θέση στην ελληνική αγορά, με διασυνδέσεις και συμμαχίες στην ευρωζώνη και με ισχυρή παρουσία στο γεωγραφικό του περίγυρο, έχει καταφέρει να έχει βασικούς ανταγωνιστές οι οποίοι είναι: η Εθνική και η Alpha τράπεζα.

Έτσι οι ανταγωνιστές της για τους λόγους που προείπα παραπάνω, προσπαθούν να βάλουν φραγμούς στην Εμπορική τράπεζα για να μην μπορεί να γίνει ένας δυνατός όμιλος και να μην έχει τόση μεγάλη ζήτηση από τους πελάτες της, και αυτό το πετυχαίνουν με την δημιουργία όπως είδαμε σε παραπάνω κεφάλαιο παρομοίων επιχειρηματικών δάνειων, κυρίως από την Alpha τράπεζα.

6.3. ΤΡΟΠΟΙ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ

Η Εμπορική τράπεζα για να αντιμετωπίσει τους ανταγωνιστές της, προσπαθεί την ανάπτυξη ενός πελατοκεντρικού χρηματοπιστωτικού ομίλου, ο οποίος να καλύπτει πλήρως τις αποταμιευτικές, χρηματοδοτικές και επενδυτικές ανάγκες ιδιωτών και επιχειρήσεων, παρέχοντας ένα ολοκληρωμένο φάσμα σύγχρονων και εξειδικευμένων προϊόντων και υπηρεσιών.

Τέλος η Εμπορική, αναγνωρίζοντας την καθοριστική συμβολή του ανθρώπινου παράγοντα στην επίτευξη των επιχειρηματικών της στόχων, ενδιαφέρεται ιδιαίτερα για την σύγχρονη και αποτελεσματική διοίκηση του ανθρώπινου δυναμικού της.

Η Διεύθυνση Ανθρώπινου Δυναμικού της Τράπεζας έχει ως στόχο την συνεχή βελτίωση και εκσυγχρονισμό των μεθόδων διοίκησης και διαχείρισης του προσωπικού με την ολοκληρωμένη διατύπωση της ανάλογης πολιτικής σε θέματα προσλήψεων, εξέλιξης καριέρας, αμοιβών, συνεχούς εκπαίδευσης και επιμόρφωσης.

Τελική επιδίωξη αποτελεί η δημιουργία του κατάλληλου εργασιακού περιβάλλοντος, ώστε οι εργαζόμενοι στην Τράπεζα, έχοντας ίσες ευκαιρίες και γνωρίζοντας με σαφήνεια τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις τους, να βελτιώνουν τις γνώσεις τους, την απόδοσή τους και την επαγγελματική τους ανάπτυξη και εξέλιξη, ώστε να ικανοποιούνται με τον καλύτερο τρόπο τόσο οι ίδιοι όσο και οι στόχοι της επιχείρησης.

(Εμπορική τράπεζα 2007)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7^ο

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΓΙΑ ΤΟ ΑΝΟΙΧΤΟ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΔΑΝΕΙΟ «EASY BUSINESS»
ΣΕ 15 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΕΣ ΤΗΣ ΕΜΠΟΡΙΚΗΣ
ΤΡΑΠΕΖΑΣ

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΓΙΑ ΤΟ ΑΝΟΙΧΤΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΔΑΝΕΙΟ «EASY BUSINESS» ΣΕ 15 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΕΣ ΤΗΣ ΕΜΠΟΡΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ.

Ρωτήσαμε 15 επιχειρηματίες της Εμπορικής Τράπεζας της Κατερίνης Πιερίας τις παρακάτω ερωτήσεις: εάν: «το Ανοιχτό Επιχειρηματικό Δάνειο Easy Business» καλύπτει τις ανάγκες της επιχειρήσεως τους σε όλα τα στάδια υλοποίησης των επενδυτικών τους πρωτοβουλιών, τους λόγους που επιλέξανε το δάνειο, εάν είναι ικανοποιημένοι από την ενημέρωση των εξειδικευμένων συνεργατών της Εμπορικής τράπεζας με βάση το δάνειο, τι πιστεύουν πως κάνει το «Ανοιχτό Επιχειρηματικό Δάνειο «Easy Business» να ξεχωρίζει από τα άλλα επιχειρηματικά δάνεια των άλλων τραπεζών», εάν είναι ευχαριστημένοι με τους όρους και τις προϋποθέσεις που θέτει η τράπεζα για να τους χορηγήσει το δάνειο, εάν το πήρανε εύκολα, και τέλος το τι πιστεύουν για την ασφαλιστική κάλυψη που τους προσφέρει το δάνειο.

Τα συμπεράσματα και αποτελέσματα που προέκυψαν από την πλειοψηφία των ερωτηθέντων για κάθε ερώτηση είναι τα ακόλουθα:

Το δάνειο Easy Business καλύπτει κυρίως τις καθημερινές ανάγκες σε αγορές προϊόντων ή σε πληρωμές επιταγών καθώς και υποχρεώσεων όπως ασφαλιστικές εισφορές λογαριασμοί ΔΕΗ, ΟΤΕ, ΦΠΑ, είναι εύκολο στη χρήση, μέχρι κάποιο ποσό οι αναλήψεις γίνονται και μέσω ATM, ενώ από ένα ποσό και πάνω με μια απλή τηλεφωνική έγκριση, χωρίς χαρτούρα ή διαδικασίες. Επιπλέον το φυλλάδιο της τράπεζας ήταν άκρως ενημερωτικό και οι υπάλληλοι έκαναν μόνο κάποιες διευκρινήσεις, μέσα σε πέντε λεπτά κατανοεί κάποιος πώς λειτουργεί το συγκεκριμένο δάνειο, ότι δεν πρόκειται απλά για ευκολία πληρωμής δηλαδή να δανειστεί κάποιος και να πληρώνει π.χ. μόνο τόκους χωρίς να λήγει το κεφάλαιο πληρώνοντας κάθε μήνα ένα μέρος του κεφαλαίου, και ανοίγει το όριο τους για να καλύψει διάφορες μικροανάγκες.

Επίσης προσφέρει εντελώς δωρεάν ασφαλιστική κάλυψη σε περίπτωση μόνιμης ή ολικής ανικανότητας προς εργασία ή θανάτου, που σημαίνει ότι σε αυτές τις περιπτώσεις η ίδια η τράπεζα αποπληρώνει το δάνειο. Η αλήθεια είναι ότι πάντα θέλει ο επιχειρηματίας λίγο περισσότερα χρήματα, το δάνειο αυτό χορηγεί μέχρι 20% μόνο του τζίρου τους. Επιπλέον οι ερωτηθέντες απάντησαν ότι πήρανε την έγκριση την ίδια μέρα και υπογράψανε τα χαρτιά την επόμενη μέρα.

Τέλος απαντήσανε ότι η ασφαλιστική κάλυψη? είναι ελαφρυντική, καθώς αν συμβεί κάτι ο επιχειρηματίας όπως αναπηρία ή το αναπόφευκτο, τότε η Εμπορική Life αναλαμβάνει την αποπληρωμή του χωρίς να επιβαρύνεται με το χρέος τους ούτε ο εγγυητής, ούτε η οικογένεια τους.

Ο στόχος της έρευνας με το ερωτηματολόγιο αυτό ήταν να εξετάσουμε εάν οι επιχειρηματίες είναι ικανοποιημένοι από το «Ανοιχτό Επιχειρηματικό Δάνειο

**ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΓΙΑ ΤΟ ΑΝΟΙΧΤΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΔΑΝΕΙΟ
«EASY BUSINESS»**

Easy Business» ,με τους όρους και τις προϋποθέσεις που προσφέρει το δάνειο, άλλα και εάν είναι όντως σωστά ενημερωμένοι από τους υπαλλήλους της τράπεζας και διαπιστώθηκε πως το δάνειο τους καλύπτει πλήρως σε όλα τα θέματα.(15 επιχειρηματίες της Εμπορικής τράπεζας Κατερίνης)

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ

Η εργασία αυτή ασχολήθηκε με το «Ανοιχτό Επιχειρηματικό Δάνειο Easy Business» το οποίο είναι: το ιδανικό εργαλείο για τις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στη βιοτεχνία, το εμπόριο ή την παροχή υπηρεσιών, με ετήσιο κύκλο εργασιών έως €1.000.000.

Όταν πραγματευόμαστε την Εμπορική Τράπεζα είναι εξ αρχής δεδομένο ότι μιλάμε για μια τράπεζα με πολύ ισχυρό brand name, που έχει καταφέρει να καθιερωθεί στην ελληνική αγορά. Επομένως με την επωνυμία της, που διασφαλίζει την λήψη του δάνειου της από μια μεγάλη μερίδα πελατών που την γνωρίζει και την εμπιστεύεται.

Με τις στρατηγικές που έχει ακολουθήσει η Εμπορική τράπεζα, οι οποίες είναι: η στρατηγική μάρκετινγκ με σωστή προώθηση πωλήσεων ώστε το δάνειο να χορηγείται σε όλες τις μικρό μεσαίες επιχειρήσεις(MME), η στρατηγική ανάπτυξης η οποία επικεντρώνεται σε ένα επιθετικότερο μάρκετινγκ των προϊόντων προς τα μέλη της αγοράς στόχου, η στρατηγική διαφοροποίησης του προϊόντος της που βασίζεται στην προώθηση της ιδέας ότι τα προϊόντα που έχει διαφέρουν από τα υπόλοιπα της αγοράς και είναι ανωτέρα, η στρατηγική τιμής και του επιτοκίου έτσι ώστε να διατηρηθούν τα υπάρχοντα πιστωτικά όρια και επιτόκια, και τέλος η στρατηγική που θα ακολουθήσει για τα δίκτυα διανομής της που είναι η στρατηγική έλξης, η οποία βασίζεται στο γεγονός ότι η τράπεζα διαθέτει μεγάλα κεφάλαια για την προώθηση και διαφήμιση του δάνειου της προκειμένου αυτό να είναι ευρέως διαδεδομένο στο καταναλωτικό κοινό να δημιουργεί ζήτηση.

Με βάση αυτές τις στρατηγικές η Εμπορική τράπεζα συμπερασματικά έχει κατορθώσει να κατέχει τη θέση του marketer ηγέτη σε σχέση με τις άλλες τράπεζες.

Άλλο συμπέρασμα είναι η αύξηση των κερδών της τράπεζας, του μεριδίου αγοράς, και του επιτοκίου πως είναι τώρα, και πόσο επιθυμεί ότι θα είναι σε πέντε χρόνια.

Το 2008 έχει καταφέρει την αύξηση των κερδών της από τα επιχειρηματικά δάνεια από 60% σε 70%, όποτε για τα επόμενα πέντε (5) χρόνια επιθυμεί να καταφέρει να φτάσει από 70% που είναι τώρα τουλάχιστον σε 75% στις χορηγήσεις των δάνειων.

Και του μεριδίου αγοράς της κατά προσέγγιση από 9% το 2008 που είναι τώρα, για το 2009σε 10% και σε πέντε (5) χρόνια ο στόχος της τράπεζας είναι να φτάσει το 15%. Τέλος στόχος της Εμπορικής είναι η αύξηση του επιτοκίου στα επόμενα πέντε χρόνια από 6% που είναι τώρα να φτάσει τουλάχιστον στο 6,75% ενώ για το 2009 σε 6,25%.

Αξιολογώντας τις δυνατότητες της Εμπορικής τράπεζας και με βάση τους στόχους που θέτει, κυρίως την μεγιστοποίηση των κερδών της, πιστεύω θα γίνει «leader» στην χορήγηση των επιχειρηματικών δάνειων.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Γιώργος χ. Ζώτος (2000 Θεσσαλονίκη) Διαφήμιση «Σχεδιασμός και λειτουργία στα πλαίσια της επιχείρησης και του διαφημιστικού γραφείου» Εκδόσεις επιστημονικών βιβλίων και περιοδικών.
- «Δελτίο, Ελληνική Ένωση Τραπεζών, αριθμός τεύχους 43, Οκτωβρίου-Νοεμβρίου- Δεκεμβρίου 2007».
- «Δελτίο: Ελληνική Ένωση Τραπεζών, τεύχος 43 σελίδα 39-40»
- «Δίκτυο Ελληνικών Πιστωτικών Ιδρυμάτων που Λειτουργούν στην Ελλάδα & Σύνολο Προσωπικού – Στοιχεία 31.12.2006»
- ΕΓΚΥΚΛΙΟΙ
 - 43478/3624 Κατηγορία: Χρηματοδοτήσεις Αθήνα 06.05.2005
 - 43594 Κατηγορία Χρηματοδοτήσεις: Αθήνα 17.05. 2005
 - 43256 Κατηγορία: Χρηματοδοτήσεις Αθήνα, 19 Ιουνίου 2005
 - 43594 Κατηγορία: Οδηγίες διάφορες Αθήνα, 13.10.2005
 - 43545/3641 Κατηγορία: Χρηματοδοτήσεις Αθήνα 07.07.2006
 - 43453/3619 Κατηγορία: Χρηματοδοτήσεις Αθήνα 02.04.2007
 - «Έντυπο φυλλάδιο από την Εθνική Τράπεζα»
 - «Έντυπο φυλλάδιο της Alpha Τράπεζας»
 - Υπηρεσιακό Σημείωμα 3543, Αθήνα, 29 Ιουνίου 2006
- Ενημερωτικό δελτίο της Εμπορικής Τράπεζας (10 Νοεμβρίου 2007), «Για την αύξηση του μετοχικού κεφαλαίου της τράπεζας σύμφωνα με απόφαση της β' επαναληπτικής γενικής συνέλευσης των μετόχων της τράπεζας της 21^{ης} Σεπτεμβρίου 2007.
- «Ενημερωτικό Δελτίο: ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΝΩΣΗ ΤΡΑΠΕΖΩΝ, ΤΕΥΧΟΣ 43 ΣΕΛΙΔΑ 39-40)
- «Ενημερωτικό Δελτίο Εμπορικής Τράπεζας της Ελλάδος, 10 Νοεμβρίου 2007, σελίδα 12»
- «Ενημερωτικό Δελτίο Εμπορικής Τράπεζας της Ελλάδος, 10 Νοεμβρίου 2007, σελίδα 22»
- «Ενημερωτικό Δελτίο της Εμπορικής Τράπεζας, Σελίδα 55, εκδόση στις 10 Νοεμβρίου 2007.
- «ENSR Enterprises Survey – 1999 Επεξεργασία Σ. Χανδρινός «Οι ΜΜΕ στην Ελλάδα και το διεθνή χώρο»
- «Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ, Β Έκδοση, Εκδόσεις: Α. Σταμούλης, Πειραιάς 1990, σελ 292-293»
- «Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ Β' Έκδοση :Α. Σταμούλης, Πειραιάς 1990»
- INTERNET
 - www.emporiki.gr
 - www.alphabank.gr
 - www.nbg.gr

- www.eyropa.gr (Γενική Έκθεση επί της δραστηριότητας της Ευρωπαϊκής Ένωσης)
 - www.el.wikipedia.org (Από την Βικιπαίδεια, την ελεύθερη εγκυκλοπαίδεια)
- «Ιωάννης Αθ. Χατζηδημητρίου: Διεθνές Επιχειρηματικές Δραστηριότητες σελ 219».
- Κώστας Τζωρτζάκης, Αλεξία Τζωρτζάκη (1996), «Μάρκετινγκ, η Ελληνική Προσέγγιση»
- Πηγή: ENSR Enterprises Survey – 1999 Επεξεργασία Σ. Χανδρινός «Οι ΜΜΕ στην Ελλάδα και το διεθνή χώρο»
- Πηγή: Marketing, M.J. Baker, B. Heinemann Ltd 1994, p 94, ΑΝΑΠΡΟΣΑΡΜΟΓΗ»
- Πηγή: εφημερίδα το «Βήμα» 20/08/2007, σελ. Β39
- «ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ, ΟΜΙΛΙΑ ΤΟΥ ΔΙΟΙΚΗΤΗ ΤΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ, κ ΝΙΚΟΛΑΟΥ Χ. ΓΚΑΡΚΑΝΑ, ΠΡΟΣ ΤΗΝ ΤΑΚΤΙΚΗ ΓΕΝΙΚΗ ΣΥΝΕΛΕΥΣΗ ΤΩΝ ΜΕΤΟΧΩΝ, ΣΤΙΣ 25 ΑΠΡΙΛΙΟΥ 2007»

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΓΙΑ ΤΟ «ΑΝΟΙΧΤΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΔΑΝΕΙΟ EASY BUSINESS»

Ρωτήσαμε 15 επιχειρηματίες της Εμπορικής Τράπεζας του Διδυμότειχου Έβρου τις παρακάτω ερωτήσεις:

1. Το Ανοιχτό Επιχειρηματικό Δάνειο «Easy Business» καλύπτει τις ανάγκες της επιχειρήσεώς σας σε όλα τα στάδια υλοποίησης των επενδυτικών σας πρωτοβουλιών;

ΑΠΑΝΤΗΣΗ

Καλύπτει κυρίως τις καθημερινές ανάγκες σε αγορές προϊόντων ή σε πληρωμές επιταγών καθώς και υποχρεώσεων όπως ασφαλιστικές εισφορές λογαριασμοί ΔΕΗ, ΟΤΕ, ΦΠΑ

2. Ποιοι οι λόγοι που επιλέξατε το Ανοιχτό Επιχειρηματικό Δάνειο «Easy Business»;

ΑΠΑΝΤΗΣΗ

Ότι είναι εύκολο στη χρήση. Μέχρι κάποιο ποσό οι αναλήψεις γίνονται και μέσω ΑΤΜ, ενώ ένα ποσό και πάνω με μια απλή τηλεφωνική έγκριση, χωρίς χαρτούρα ή διαδικασίες

3. Είστε ικανοποιημένοι από την ενημέρωση των εξειδικευμένων συνεργατών της Εμπορικής τράπεζας με βάση το δάνειο;

ΑΠΑΝΤΗΣΗ

Το φυλλάδιο της τράπεζας ήταν άκρως ενημερωτικό και οι υπάλληλοι έκαναν μόνο κάποιες διευκρινήσεις. Μέσα σε πέντε λεπτά κατανοεί κάποιος πως λειτουργεί το συγκεκριμένο δάνειο.

4. Τι πιστεύετε πως κάνει το Ανοιχτό Επιχειρηματικό Δάνειο «Easy Business» να ξεχωρίζει από τα άλλα επιχειρηματικά δάνεια των άλλων τραπεζών;

ΑΠΑΝΤΗΣΗ

Δεν πρόκειται απλά για ευκολία πληρωμής δηλαδή να δανειστείς και να πληρώνεις π.χ. μόνο τόκους χωρίς να λήγει το κεφάλαιο πληρώνοντας κάθε μήνα ένα μέρος του κεφαλαίου, ανοίγει το όριο τους για να καλύψει διάφορες μικροανάγκες. Επίσης προσφέρει εντελώς δωρεάν ασφαλιστική κάλυψη σε περίπτωση μονίμως ή ολικής ανικανότητας προς εργασία ή θανάτου, που σημαίνει ότι σε αυτές τις περιπτώσεις η ίδια η τράπεζα αποπληρώνει το δάνειο.

5. Είστε ευχαριστημένοι με τους όρους και τις προϋποθέσεις που θέτει η τράπεζα για να σας χορηγήσει το δάνειο;

ΑΠΑΝΤΗΣΗ

Η αλήθεια είναι ότι πάντα θέλει ο επιχειρηματίας λίγο περισσότερα χρήματα. Το δάνειο αυτό χορηγεί μέχρι 20% μόνο του τζίρου τους

6. Πήρατε εύκολα το δάνειο;

ΑΠΑΝΤΗΣΗ

Πήρανε την έγκριση την ίδια μέρα και υπογράψανε τα χαρτιά την επόμενη μέρα.

7. Πιστεύετε πως σας καλύπτει η ασφαλιστική κάλυψη που σας προσφέρει το δάνειο;

ΑΠΑΝΤΗΣΗ

Είναι κάπως ελαφρυντική, καθώς αν συμβεί να πάθει κάτι ο επιχειρηματίας κάτι δύσκολο όπως αναπηρία ή το αναπόφευκτο, τότε η Emporiki Life αναλαμβάνει την αποπληρωμή του χωρίς να επιβαρύνεται με το χρέος τους ούτε ο εγγυητής, ούτε η οικογένειά τους.

