بازاریابی بین المللی

صفورا ترکش اصفهانی

همان طور که هر صنعتی ویژگی های خاص خود را دارد و باید مطابق به ویژگی های آن در بازار رقابتی عمل نمود ، هر بنگاه اقتصادی نیز فرآیند صادرات خاص خود را دارد و گاه متمایز بودن در فرآیندی در عملیات صادرات باعث موفقیت یا عدم موفقیت یک مجموعه در امر صادرات می باشد . اگر فرآیند صادراتی را به گام های متوالی دسته بندی کنیم یکی از مهم ترین قدم ها در امر صادرات را تحقیقات بازاریابی بین المللی تشکیل می دهد . دپارتمان مهمی در بخش صادرات که متاسفانه در بیساری از بنگاه های اقتصادی ما نقش آن بسیار کم رنگ و بی اهمیت می باشد . اهیمت دادن به مباحث تحقیقات بازاریابی و بالطبع متمایز بودن شیوه انجام آن به عنوان مثال کسب اطلاعات میدانی از بازار هدف بنا به اصول علمی تحقیقات بازاریابی و نه تنها کسب اطلاعات صرف کتابخانه ای می تواند در این بین ، تولید کنندگان ما را موفق تر از گذشته در عرصه صادرات وارد نماید . شناخت بازارهای خارجی و راه های نفوذ به آن ، شناخت هسته های قدرت و شناخت رقبا در کشور هدف از مهم ترین قسمت هایی است، که نیازمند تحقیقات و جمع آوری اطلاعات استراتژیک می باشد . فقدان فعالیت مستمر موسسات و شرکت های دست اندر کار تولید یا بازاریابی جهت تنظیم یک برنامه مدون بازاریابی از ضعف های دیگری بوده که فرصت توسعه صادرات مناسب را از بین برده است . توجه به شیوه های بازاریابی صحیح می توانند علاوه بر توزیع و ترویج فروش ، طراحی و قیمت گذاری مناسبی را در برداشته باشد . بدین ترتیب موجبات جلب رضایت مشتری فراهم شده و بازاریابی درست منابع جهت تامین نیاز بازار ایجاد می شود . یکی از دلایل عدم موفقیت صادرکنندگان نبود اطلاعات صحیح و جامع است که مانع ورود آن ها به بازارهای جهانی شده و رشد بالقوه آن ها را محدود می کند . صادرات با طیف وسیعی از عوامل محیطی ، مشتریان و رقبایی سر و کار دارد که متفاوت با بازار داخلی هستند . به همین دلیل تحقیقات بازار و تبلیغات صادراتی ، نیازمند مدیریت و روش های متناسب با بازارهای هدف و مخاطبین آن هاست . یک صادر کننده قبل از ورود به بازار خارجی نیازمند آن است که با انجام تحقیقات لازم در بازار با نوع اطلاعات مورد نیاز و روش جمع آوری آن از کشور دیگری که متفاوت از کشور خود است ، آشنا شود .(به عنوان مثال تولید فرش ماشینی توسط خوشه فرش کاشان بر حسب سلیقه مشتریان کشورهای حوزه خلیج فارس از نظر نوع طرح ، اندازه ، رنگ ، کاربرد و ....) .

از این رو تحقیقات بازاریابی بین المللی به دلایل زیر اهمیت روز افزونی می یابد:

۱) انتخاب بازارهای هدف مناسب در درجه اول (امتناع بسیاری از شرکت ها نسبت به برقراری هرگونه توسعه در بازار ، بدون مشاوره کارشناس درباره کشور مورد نظر جهت صادرات) .

۲) نیاز به کسب اطلاعات در باره بازار و محصول و بالاخص آمیخته بازاریابی به صورت دقیق تر.

۳)هزینه گزاف معرفی یک محصول بدون توجه به تناسب برند آن محصول با فرهنگ ملی کشور هدف (به عنوان مثال انتخاب برند متناسب با زبان کردی به منظور صادرات بیسکویت به کردستان عراق) .

۴)تغییر در محصول متناسب با سلیقه مصرف کنندگان و در صورت لزوم متناسب با نیاز بازار (به عنوان مثال تولید گز شکلاتی بر حسب سلیقه مشتریان اروپایی و آمریکایی).

۵) شناسایی روش تبلیغاتی متناسب با مخاطبان محصول و اجتناب از هزینه گزاف تبلیغاتی ناکارا .

۶) طراحی بسته بندی مناسب از نظر طرح ، رنگ ، اندازه و ... (صادرات محصولات با بسته بندی های کوچک تر به کشور های اروپایی و بسته بندی های بزرگتر برای کشورهای عربی ،حوزه خلیج فارس و آسیای میانه) .

اخبار

امضای تفاهم نامه همکاری بین سازمان توسعه تجارت و شورای ملی مبلمان

- راه‌اندازی سیستم جامع مدیریت تجارت خارجی
- ۷۰ درصد ارز حاصل از صادرات غیرنفتی به چرخه واردات بازگشت
- ارزش صادرات خدمات فنی از مرز ۲میلیارد و ۳۰۰ میلیون دلار گذشت
- برگزاری ۵۵ نمایشگاه داخلی طی ۱۱ ماه گذشته
- دیدارهیات تجاری، بازاریابی و سرمایه گذاری مصر از ایران
- "ایران تجارت" به زودی رونمایی می شود
- حضور ایران در بیست و سومین نمایشگاه محصولات وارداتی شرق چین
- افزایش ۳۰ در صدی صادرات صنعتی در سال جاری
- صادرات ۱/۷ میلیارد دلاری خدمات فنی و مهندسی به عراق در ۱۱ ماهه سالجاری
- فراخوان مشارکت در نمایشگاه مواد غذایی مسکو
- صادرات ۱/۳ میلیارد دلاری مواد غذایی کشور در ۱۱ ماهه سالجاری

برای کسب اطلاعات بیشتر به پورتال این سازمان مراجعه نمایید

www.tpo.ir

برای آشنایی با دوره های آموزشی تخصصی صادرات به پورتال سازمان توسعه تجارت ایران به آدرس WWW.Tpo.ir مراجعه فرمایید.

شما می توانید شماره های قبلی این نشریه را در پورتال سازمان توسعه تجارت ایران به آدرس WWW.Tpo.ir مشاهده نمایید.

لطفا نظرات و پیشنهادات خود را به آدرس ذیل ارسال فرمایید.

نشانی: تهران، خیابان ولیعصر، بزرگراه شهید چمران، صندوق پستی ۱۱۴۸ تجریش، کدپستی۱۹۳۹۵ ، سازمان توسعه تجارت ، دفتر امور بنگاهها

تلفن:۲۲۶۶۲۵۳۷-۰۲۱ فکس:۲۲۶۶۴۱۰۳-۰۲۱

پست الکترونیک : SMEs@tpo.ir

فراخوان

علاقه مندان می توانند مطالب و مقالات خود را جهت درج در این نشریه به آدرس: SMEs@tpo.ir ارسال

و یا با شماره ۲۲۶۶۲۵۳۷-۰۲۱ تماس حاصل نمایند .

همکاران این شماره : گیتی توانا- امیر پیله وری –سمیرا موسی پور-محسن منتظری

گرافیک و صفحه آرایی: سمیرا موسی پور