

Yurt Dışı Pazarlar için İş Analizi

Aşağıdaki bölümleri tamamlayınız:

A. Mevcut Başarılar

1. İşiniz iç piyasada neden başarılı? Lütfen spesifik sebepleri belirtiniz.

2. Şirketinizin yıllık büyüme oranı nedir?

B. Rekabet Avantajları

Şu an ihracat yapıyor mu?

1. İç Piyasada Rakipler

Evet

Hayır

<input type="text"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="text"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="text"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="text"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="text"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="text"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

2. Ürünlerinizin ve işinizin iç piyasada diğer yerli veya uluslararası rakiplerinize göre rekabet avantajları nelerdir?

C. Firma "Taahhüt"

1. 1 ile 10 arasında derecelendirdiğinizde şirketinizin uluslararası pazarlarda gelişmesi için taahhüt seviyeniz nedir? (1 = ihracatla ilgilenmiyor; 10 = tamamen ihracat geliştirme odaklı)

Kilit Yöneticiler (İsim/Pozisyon)

İsim	Pozisyon	Taahhüt Seviyesi (1-10 arası, 1 en düşük)
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text" value="10"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text" value="10"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text" value="10"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text" value="10"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text" value="10"/>

2. İhracat Programı oluşturmak ve uygulamak için ne kadar zaman ve yatırımda bulunmayı planlıyorsunuz?
Lütfen spesifik olun:

Hazırlık süresi: haftada ... saat ayda yılda

Şirketinizin uygulamada gerçek planlama ve kaynak ihtiyacını sıralayınız.

Örnek: *Yönetmelik zaman, İnsan Kaynağı, Finansal Kaynak, üretim kapasite artırımı, belgeleme, diğer...*

1. Adım: Sektörünüz ile ilgili ihracat verilerini araştırınız.

- Sektörünüzün bağlı bulunduğu İhracatçı Birliği, Ekonomi Bakanlığı verileri.

Sektörünüzün ihracat potansiyeli ve mevcut ihracat durumu ile ilgili ihracat kararınızı etkileyebilecek en az 3 anahtar bulgu sıralayınız:

1.
2.
3.
4.
5.

2. Adım: Sektörünüzün dünya pazarlarında ne ölçüde rekabetçi olduğunu araştırınız.

- İhracat istatistikleri bilgi kaynakları için sektörle ilgili İhracatçı Birlikleri,
- Uluslararası ithalat – ihracat veri istatistikleri için <https://comtrade.un.org/>

Sektörünüzde uluslararası rekabetle ilgili en az 3 bulguyu belirtiniz:

1.
2.
3.

Önümüzdeki yıl seçilen uluslararası pazarlarda benzer ürünlerin tahmini satış rakamı ne olabilir? Lütfen açıklayın.

3. Adım: Sektörünüzün uluslararası büyüme potansiyelini belirleyin.

Bu araştırma için sektörümüzdeki anahtar firma ve yetkili kişilerle görüşmeler yaparak, ticari etkinliklere katılarak ve sektör araştırması yaparak yürütülebilir.

- Sektörünüzdeki firmalarla ve Ticaret Odaları, İhracatçı birliklerindeki yetkili kişilerle görüşün.
- Sektörel dergi ve yayınların takip edin. Online araştırma yapın.
- Sektörel fuarlara katılın.

Sektörünüzün büyüme potansiyeline dair en önemli 3 bulguyu listeleyin.

1.	<input type="text"/>
2.	<input type="text"/>
3.	<input type="text"/>

Bu bulgular firmanızın uluslararası büyüme potansiyeline dair nasıl gibi inanç doğuruyor?

Bu bulgular potansiyel büyüme ve pazara giriş konusunda ne gibi bariyerler oluşturuyor?

4. Adım: Diğer ülkelerin ve ülkemizin yayınladığı Pazar araştırmalarını incelemek.

Uluslararası pazarlarla ilgili bilgi ve verilere ulaşmak için:

- T.C. Ekonomi Bakanlığı İhracat İletişim Noktası, 444 43 63 nolu telefondan hafta içi 09:00-18:00 saatleri arasında hizmet sunmaktadır "[Uzmana Danışın-http://uzmanadanisin.ekonomi.gov.tr/](http://uzmanadanisin.ekonomi.gov.tr/)"
- <https://www.kolayihracat.gov.tr/> Akıllı İhracat Robotu ile ihracatta yeni dönem
- Yabancı ülke kaynakları [U.S. Department of Commerce](http://www.usdo.com), <https://data.worldbank.org/country> www.doingbusiness.org
- Ticaret Odaları <https://www.ito.org.tr/wps/portal>
- ABD Küçük ve Orta Ölçekli Firma Geliştirme Merkezi SBA [Small Business Development Center](http://www.sba.gov)
- İhracatçı Birlikleri www.tim.org.tr

İleride araştırma yapmak üzere ilgili kaynakları listeleyiniz.

Araştırma/Kaynak	URL
<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>

İhracatta Potansiyel Ürünler

Firmanızın ihracat potansiyeline sahip ürün ve servislerini listeleyiniz. Herbirinin güçlü ve zayıf yönlerini belirtin. Ayrıca her bir ürün veya hizmetin uluslararası pazarda neden başarılı olabileceğini düşündüğünüzü belirtin. Bu noktada sebepler şu anki mevcut bilgilerinize dayalı olacaktır.

Ürün/Hizmet	Güçlü Yönler	Zayıf Yönler	Potansiyel İhracat Başarısı için Sebepler

Potansiyel İhracat Başarısına ait sebeplere dayalı neden bir ya da daha fazla ürün/hizmetinizin ihracat potansiyeli olabileceğine karar veriniz. Bir sonraki sayfaya bakınız.

Eğer bir ya da daha fazla ürün/hizmetinizin ihracat potansiyeli varsa aşağıdaki adımlarla devam ediniz:

1. Adım : İhraç edilmesi en uygun ürün/hizmetlerinizi seçiniz.

Hangi ürün/hizmetlerinizin en yüksek ihracat potansiyeline sahip olduğunu belirleyebilmek için bu ürünlerden hangilerinin iç pazarda başarıyla satıldığını belirleyin. Daha sonra bu ürün/hizmetlerin ihracat pazarlarında fiyat, müşteriye/o ülkeye sağlayacağı katma değer ve Pazar ihtiyacına bakın. Göreceksiniz ki İç Pazarda satışı oranı düşük olabilen ürün/hizmetlerin bazıları Dış Pazarlarda daha çok alıcı bulabilmektedir. Pek çok küçük ve Orta Ölçekli firma üretimlerinin hemen hemen tamamını ihraç etmektedir.

Firmanızın en önemli Ürün ve Hizmetleri Listesi:

İç Pazar Payı %:

Eğer İç Pazar payınızdan emin değilseniz: Tahmini olarak pazardaki yeri nedir? Mümkün olduğunca spesifik olun, örneğin: Küçük ve belirsiz, ilk 3 sırada, ilk 10'da vb...

--

Hangi ürünün potansiyeli daha yüksek?

--

Neden?

--

Ürünlerinizi Uluslararası ihtiyaç/eğilimlere Uyumlamak

Dış Pazar Araştırması için Adımlar:

1. Ürününüzü sınıflandırın GTİP Kodu-HS-Code/Schedule B number:

2. Ürünüze en uygun Pazar olan ülkeyi bulun:

3. Hangi Dış pazarın daha kolay erişilebilir olduğunu bulun:

Her durumda, değerlendirin: Ürün ve hizmetinizin kalitesini hedef pazarda mevcut ürün ve hizmetlerle karşılaştırdığınızda durum ne?

Hedeflediğiniz pazarda fiyatınız rekabete elverişli mi?

Evet Hayır

Ana müşteriniz kim olurdu?

4. Takip edeceğiniz hedef pazarları belirleyin ve daraltın:

5. Yurtdışında satış yapan yurt içindeki müşterilerinizle veya başka firmalarla konuşun:

İletişim Listesi:

İsim:		Firma:	
Adres:			
Tel.No:		Email:	
İsim:		Firma:	
Adres:			
Tel.No:		Email:	
İsim:		Firma:	
Adres:			
Tel.No:		Email:	

6. Yurt içindeki rakiplerinizin ihracat durumlarını araştırın, Bulgular:

--

Pazara Giriş en kolay 3 Hedef Pazarı belirleyin:

1.
2.
3.

Sebepler [Herbir hedef için]:

Hedef Pazar 1

Hedef Pazar 2

Hedef Pazar 3

Takip Edilecek Pazarlar

Ülke/Hedef 1: _____

Ek Araştırma

Web Linkleri (ilgili araştırma için)	Takip Sebebi (keşfedilen eğilimlere bağlı olarak)

Kişiler:

İsim:		Firma:	
Adres:			
Tel.No:		Email:	
İsim:		Firma:	
Adres:			
Tel.No:		Email:	
İsim:		Firma:	
Adres:			
Tel.No:		Email:	
İsim:		Firma:	
Adres:			
Tel.No:		Email:	

Ülke/Hedef 2: _____

Ek Araştırma

Web Linkleri (ilgili araştırma için)	Takip Sebebi (keşfedilen eğilimlere bağlı olarak)

Kişiler:

İsim:		Firma:	
Adres:			
Tel.No:		Email:	
İsim:		Firma:	
Adres:			
Tel.No:		Email:	
İsim:		Firma:	
Adres:			
Tel.No:		Email:	
İsim:		Firma:	
Adres:			
Tel.No:		Email:	

Ülke/Hedef 3: _____

Ek Araştırma:

Web Linkleri (ilgili araştırma için)	Takip Sebebi (keşfedilen eğilimlere bağlı olarak)

Kişiler:

İsim:		Firma:	
Adres:			
Tel.No:		Email:	
İsim:		Firma:	
Adres:			
Tel.No:		Email:	
İsim:		Firma:	
Adres:			
Tel.No:		Email:	
İsim:		Firma:	
Adres:			
Tel.No:		Email:	

Kısa ve Uzun Vade Hedefler

Aşama 1: Kısa Vade Hedefleri Tanımlayın.

A. İhracat için gerekli adımları içeren bir ön hazırlık listesi oluşturun: Bir veya 2 hedef Pazar seçin. Ürün Standartlarını ve gereken sertifikasyonu araştırın ve listeleyin. Ürünleri ihracata hazırlamak için gerekli modifikasyonu sıralayın.

Hedef Pazar 1:

Ürün Standartları	Gerekli Sertifikalar	Üründe Gereken Değişiklikler

Hedef Pazar 2:

Ürün Standartları	Gerekli Sertifikalar	Üründe Gereken Değişiklikler

B. Bu listeye bağlı olarak, uluslararası ürün/hizmetlerinizde 2 yılı içeren planınız nedir?

Örneğin: Ürün üzerinde yapılması gereken değişiklikler, girdiğiniz pazardaki avantajları ve fırsatları olası benzer pazarlarda kullanmak gibi ...

-
-
-
-
-

Aşama 2: Uzun vade hedefleri belirleyin.

Önümüzdeki 5 yıl için işinizde uzun vade hedefleriniz nelerdir?

Örnek: İhracat satışlarını yılda % ...artırmak ya da Pazar Payını %...artırmak ya da karlılığı %... artırmak gibi.

Hedef	Görevler	İhtiyaç Duyulanlar

Uluslararası ticari Pazar bu uzun vade hedeflerinizi gerçekleştirmede nasıl yardımcı olacak? Açıklayın.

--

Aşama 3: Kısa vade hedeflere ulaşmak için zaman çizelgeli bir eylem planı oluşturun.

Sonraki Adımlar	Zaman Çizelgesi	Tamamlanma Tarihi

A large, empty rectangular box with a thin black border, occupying most of the page below the header. It is intended for taking notes.

Pazar Etkenleri Değerlendirmesi

Ülke 1:

Puanlama: 1 'den 5'e kadar (5 en yüksek not)

	PUAN
Demografik/Fiziksel Ortam	
Nüfus, Nüfus Büyüme Oranı ve Yoğunluğu	
Kentsel ve Kırsal Dağılım	
İklim ve Hava Şartları	
Yükleme uzaklığı	
Ürün açısından önemli demografik veriler	
Fiziksel Dağıtım ve İletişim Ağı	
Doğal Kaynaklar	
Siyasi Ortam	
Hükümet Sistemi	
Siyasi istikrar ve Devamlılık	
İdeolojik Yönelim	
Devletin iş dünyasına etkisi	
Dış Ticarete karşı tutum (ticari kısıtlamalar, tarifler)	
Rekabet Ortamı	
Ürün ve Hizmetinizin benzersizliği	
Rekabetçi Ürün Fiyatları(Tarife dışı engeller, ikili ticaret anlaşmaları)	
Ulusal ekonomi ve kalkınma öncelikleri	
İthalat düzenlemeleri ve kalite standartları	
Ekonomik Ortam	
Genel Kalkınma Seviyesi	
Ekonomik büyüme, GSMH, sanayi sektörü	
Ekonomide dış ticaretin rolü	
Para Birimi: Enflasyon yüzdesi, kullanılabilirliği, kontrolü, döviz kurunun istikrarı	
Ödemeler Dengesi	
Kişi başına düşen gelir ve dağılım	
Harcanabilir gelir ve harcama kalıpları	

	PUAN
Sosyal ve Kültürel Ortam	
Okuma yazma oranı, eğitim seviyesi	
Sınıf yapısı anlayışı	
İç Piyasa ile benzerlik ve farklılıklar	
Dil ve diğer kültürel faktörler	
Pazara Giriş	
Ticari kısıtlamalar: yüksel oranlar, kotalar	
Dokümantasyon ve ithalat düzenlemeleri	
Yerel Standartlar, uygulamalar ve tarife dışı engeller	
Patent ve Marka Koruma	
Tercihli anlaşmalar	
Yatırımla ilgili yasal hususlar, vergilendirme, yatırımın geri dönüşü, istihdam, iş sözleşmeleri	
Ürün Potansiyeli	
Müşteri ihtiyaç ve arzuları	
Daha büyük nüfus içinde pazar segmenti için fırsat	
Yerel üretim, ithalat ve tüketim	
Ürün sunumu ve kabulü	
Birbirine bağlı ürünlerin varlığı	
Sektör spesifik ana talep göstergeleri	
Dış talep ürünlerine karşı tutum	
Rakip teklifleri, serbest piyasa rekabet	
Ürün kategorisinde İthalat	
Yerel Dağıtım ve Üretim	
Aracıların varlığı	
Bölgesel ve yerel nakliye olanakları	
İnsan kaynağı varlığı	
İç piyasa üretim koşulları	

Pazar Etkenleri Değerlendirmesi

Ülke 2:

Puanlama: 1 'den 5'e kadar (5 en yüksek not)

	PUAN
Demografik/Fiziksel Ortam	
Nüfus, Nüfus Büyüme Oranı ve Yoğunluğu	
Kentsel ve Kırsal Dağılım	
İklim ve Hava Şartları	
Yükleme uzaklığı	
Ürün açısından önemli demografik veriler	
Fiziksel Dağıtım ve İletişim Ağı	
Doğal Kaynaklar	
Siyasi Ortam	
Hükümet Sistemi	
Siyasi istikrar ve Devamlılık	
İdeolojik Yönelim	
Devletin iş dünyasına etkisi	
Dış Ticarete karşı tutum (ticari kısıtlamalar, tarifler)	
Rekabet Ortamı	
Ürün ve Hizmetinizin benzersizliği	
Rekabetçi Ürün Fiyatları(Tarife dışı engeller, ikili ticaret anlaşmaları)	
Ulusal ekonomi ve kalkınma öncelikleri	
İthalat düzenlemeleri ve kalite standartları	
Ekonomik Ortam	
Genel Kalkınma Seviyesi	
Ekonomik büyüme, GSMH, sanayi sektörü	
Ekonomide dış ticaretin rolü	
Para Birimi: Enflasyon yüzdesi, kullanılabilirliği, kontrolü, döviz kurunun istikrarı	
Ödemeler Dengesi	
Kişi başına düşen gelir ve dağılım	
Harcanabilir gelir ve harcama kalıpları	

	PUAN
Sosyal ve Kültürel Ortam	
Okuma yazma oranı, eğitim seviyesi	
Sınıf yapısı anlayışı	
İç Piyasa ile benzerlik ve farklılıklar	
Dil ve diğer kültürel faktörler	
Pazara Giriş	
Ticari kısıtlamalar: yüksel oranlar, kotalar	
Dokümantasyon ve ithalat düzenlemeleri	
Yerel Standartlar, uygulamalar ve tarife dışı engeller	
Patent ve Marka Koruma	
Tercihli anlaşmalar	
Yatırımla ilgili yasal hususlar, vergilendirme, yatırımın geri dönüşü, istihdam, iş sözleşmeleri	
Ürün Potansiyeli	
Müşteri ihtiyaç ve arzuları	
Daha büyük nüfus içinde pazar segmenti için fırsat	
Yerel üretim, ithalat ve tüketim	
Ürün sunumu ve kabulü	
Birbirine bağlı ürünlerin varlığı	
Sektör spesifik ana talep göstergeleri	
Dış talep ürünlerine karşı tutum	
Rakip teklifleri, serbest piyasa rekabet	
Ürün kategorisinde İthalat	
Yerel Dağıtım ve Üretim	
Aracıların varlığı	
Bölgesel ve yerel nakliye olanakları	
İnsan kaynağı varlığı	
İç piyasa üretim koşulları	

Pazar Etkenleri Değerlendirmesi

Ülke 3:

Puanlama: 1 'den 5'e kadar (5 en yüksek not)

	PUAN
Demografik/Fiziksel Ortam	
Nüfus, Nüfus Büyüme Oranı ve Yoğunluğu	
Kentsel ve Kırsal Dağılım	
İklim ve Hava Şartları	
Yükleme uzaklığı	
Ürün açısından önemli demografik veriler	
Fiziksel Dağıtım ve İletişim Ağı	
Doğal Kaynaklar	
Siyasi Ortam	
Hükümet Sistemi	
Siyasi istikrar ve Devamlılık	
İdeolojik Yönelim	
Devletin iş dünyasına etkisi	
Dış Ticarete karşı tutum (ticari kısıtlamalar, tarifler)	
Rekabet Ortamı	
Ürün ve Hizmetinizin benzersizliği	
Rekabetçi Ürün Fiyatları(Tarife dışı engeller, ikili ticaret anlaşmaları)	
Ulusal ekonomi ve kalkınma öncelikleri	
İthalat düzenlemeleri ve kalite standartları	
Ekonomik Ortam	
Genel Kalkınma Seviyesi	
Ekonomik büyüme, GSMH, sanayi sektörü	
Ekonomide dış ticaretin rolü	
Para Birimi: Enflasyon yüzdesi, kullanılabilirliği, kontrolü, döviz kurunun istikrarı	
Ödemeler Dengesi	
Kişi başına düşen gelir ve dağılım	
Harcanabilir gelir ve harcama kalıpları	

	PUAN
Sosyal ve Kültürel Ortam	
Okuma yazma oranı, eğitim seviyesi	
Sınıf yapısı anlayışı	
İç Piyasa ile benzerlik ve farklılıklar	
Dil ve diğer kültürel faktörler	
Pazara Giriş	
Ticari kısıtlamalar: yüksel oranlar, kotalar	
Dokümantasyon ve ithalat düzenlemeleri	
Yerel Standartlar, uygulamalar ve tarife dışı engeller	
Patent ve Marka Koruma	
Tercihli anlaşmalar	
Yatırımla ilgili yasal hususlar, vergilendirme, yatırımın geri dönüşü, istihdam, iş sözleşmeleri	
Ürün Potansiyeli	
Müşteri ihtiyaç ve arzuları	
Daha büyük nüfus içinde pazar segmenti için fırsat	
Yerel üretim, ithalat ve tüketim	
Ürün sunumu ve kabulü	
Birbirine bağlı ürünlerin varlığı	
Sektör spesifik ana talep göstergeleri	
Dış talep ürünlerine karşı tutum	
Rakip teklifleri, serbest piyasa rekabet	
Ürün kategorisinde İthalat	
Yerel Dağıtım ve Üretim	
Aracıların varlığı	
Bölgesel ve yerel nakliye olanakları	
İnsan kaynağı varlığı	
İç piyasa üretim koşulları	

Dış Pazar Önceliklendirme:

1.

2.

3

Hedef Pazarlarda Sektörünüz

Seçtiğiniz hedef ülke/bölgelerde diğer Türk Firmaları ürün/hizmetlerini nasıl pazarlıyor?

Ülke/Bölge 1

Ülke/Bölge 2

Ülke/Bölge 3

Başarıları neye dayanıyor?

Ülke/Bölge 1

Ülke/Bölge 2

Ülke/Bölge 3

Seçtiğiniz ülke/bölgelerde global rakipleriniz ürün/hizmetlerini nasıl pazarlıyor?

Ülke/Bölge 1

Ülke/Bölge 2

Ülke/Bölge 3

Başarıları neye dayanıyor?

Ülke/Bölge 1

Ülke/Bölge 2

Ülke/Bölge 3

Önümüzdeki yıl için uluslararası pazarda ürünlerinizin tahmini satış hacmi nedir?

Ülke/Bölge 1

Ülke/Bölge 2

Ülke/Bölge 3

Önümüzdeki 5 yılda uluslararası pazarlarda tahmini büyüme oranınız nedir?

	1. Yıl	2. Yıl	3. Yıl	4. Yıl	5. Yıl
Ülke/Bölge 1	%	%	%	%	%
Ülke/Bölge 2	%	%	%	%	%
Ülke/Bölge 3	%	%	%	%	%

Distribütör veya Temsilci İlişkisi Kurmak

Distiribütör veya temsilci pazarda hizmet verebilmek için hangi olanaklara sahip olmalı?

Distribütör veya temsilcinin sizin ürün/hizmetlerinizi satabilmek için hangi tip müşteriye aşına olması gerekir?

Distribütör/Temsilci sizinkileri tamamlayabilecek başka hangi ürün/hizmet türünden sorumlu olmalı?

Hangi seviyede teknik uzmanlık gerekli? Varsa daha başka hangi teknik servis hizmetleri gerekli?

Distribütör/Temsilci başka hangi bölgeden sorumlu olabilir?

Distribütör/temsilcinin sermaye/finansal gücü ne olmalı?

Distribütör/Temsilcinin başka hangi rakip olmayan ürün türünden sorumlu olması Kabul edilebilir? Rakip başka firmanın başka ürün türünü temsil etmesi kabul edilebilir mi?

Distribütör/Temsilcinin kaç satış temsilcisine ihtiyacı olacak ve bölgeyi ne sıklıkta ziyaret edecek?

Pazarlama ve Dağıtım için aracı bir Dış Ticaret Firması kullanıyor musunuz ?

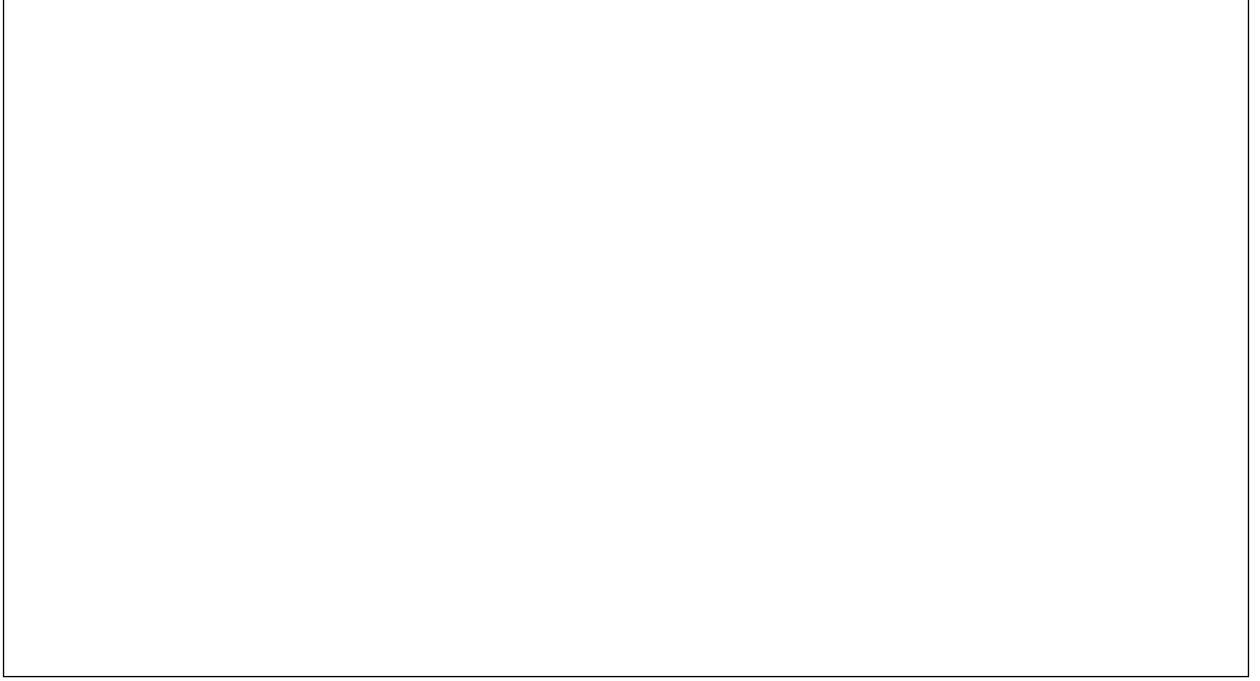
Evet Hayır

Eğer varsa, iki tarafın da mutabık kaldığı gerçekleştirilebilir hedeflerin bulunduğu satış ve pazarlama planınız var mı?

Evet Hayır

*Aracı Dış Ticaret firması firmanızı eksklusif olarak tüm dünyada temsil etmek zorunda değil. Siz belli bölgeye kendiniz direct ihracat yaparken bu firma size spesifik bir bölgede temsil edebilir.

Yorum/Gözlemler:



Sözleşmenizi tamamlamak üzere bir sonraki aşama nedir?



Ürün/Hizmetlerinizi Pazarlama

Ürününüz

Ürününüz avantajları nelerdir?

Ürününüzün dezavantajları nelerdir?

Ürününüz ne derece karmaşık?

Hangi yetkinlik veya özel eğitim anlamında neler gerekir:

— Kurulum için?

— Kullanım için?

— Bakım için?

— Servis için?

Hangi opsiyon ve aksesuarlar uygun ve sunulabilir?

Rekabet

Pazar 1

Hedef pazarda hangi rakip ürünler kime satılıyor?	
Rakibinizin ürün avantajları nelerdir?	
Rakibinizin ürün dezavantajları nelerdir?	

Pazar 2

Hedef pazarda hangi rakip ürünler kime satılıyor?	
Rakibinizin ürün avantajları nelerdir?	
Rakibinizin ürün dezavantajları nelerdir?	

Pazar 3

Hedef pazarda hangi rakip ürünler kime satılıyor?	
Rakibinizin ürün avantajları nelerdir?	
Rakibinizin ürün dezavantajları nelerdir?	

Pazar Ortamı

Pazar 1

Bu hedef pazarda ürünüz hangi ihtiyacı karşılayacak?

Satış sonrası yedek parka/servis ve aksesuar pazarı var mı? Kısaca tanımlayın.

Ürününüzü kullanmak için alıcının başka bir ekipmana ihtiyacı var mı? Varsa sıralayın.

Ürününüzü tamamlayıcı başka ürünler var mı?

Ürününüz bir sanayi ürünüyse:

— Hangi firmalar kullanabilir?

— Ürününüzün kullanım süresi nedir?

— Ürününüzün kullanımı veya ömrü iklim koşullarından etkilenir mi? Nasıl?

— Coğrafi konum ürününüzün satın alımını etkiler mi; mesela nakliye sorunları? Varsa nasıl?

— Ürününüzle ilgili yasak, kota, kısıtlama veya tarife dışı bariyer var mı? Varsa neler?

Ürününüz bir tüketici ürünüyse:

— Tüketiciler kimdir?

— Ürün hangi sıklıkta satın alınır?

— Ürünün tüketimi iklim koşullarına göre değişir mi?

— Tüketim coğrafi koşullardan etkilenir mi; mesela nakliye sorunları?

Ürününüz bu dış pazardaki gelenek, alışkanlık veya inançlarla çelişir mi?

Evet

Hayır

Ürüne bağlı zorunluluk ve gereklilikler nelerdir? Sertifikasyon? Test? Resmi onay, Kota? Varsa listeyin.

--

Pazar 2

Bu hedef pazarda ürünüz hangi ihtiyacı karşılayacak?

Satış sonrası yedek parça/servis ve aksesuar pazarı var mı? Kısaca tanımlayın.

Ürününüzü kullanmak için alıcının başka bir ekipmana ihtiyacı var mı? Varsa sıralayın.

Ürününüzü tamamlayıcı başka ürünler var mı?

Ürününüz bir sanayi ürünüyse:

— Hangi firmalar kullanabilir?

— Ürününüzün kullanım süresi nedir?

— Ürününüzün kullanımı veya ömrü iklim koşullarından etkilenir mi? Nasıl?

— Coğrafi konum ürününüzün satın alımını etkiler mi; mesela nakliye sorunları? Varsa nasıl?

— Ürününüzle ilgili yasak, kota, kısıtlama veya tarife dışı bariyer var mı? Varsa neler?

Ürününüz bir tüketici ürünüyse:

— Tüketiciler kimdir?

— Ürün hangi sıklıkta satın alınır?

— Ürünün tüketimi iklim koşullarına göre değişir mi?

— Tüketim coğrafi koşullardan etkilenir mi; mesela nakliye sorunları?

Ürününüz bu dış pazardaki gelenek, alışkanlık veya inançlarla çelişir mi?

Evet

Hayır

Ürüne bağlı zorunluluk ve gereklilikler nelerdir? Sertifikasyon? Test? Resmi onay, Kota? Varsa listeyin.

--

Pazar 3

Bu hedef pazarda ürünüz hangi ihtiyacı karşılayacak?

Satış sonrası yedek parka/servis ve aksesuar pazarı var mı? Kısaca tanımlayın.

Ürününüzü kullanmak için alıcının başka bir ekipmana ihtiyacı var mı? Varsa sıralayın.

Ürününüzü tamamlayıcı başka ürünler var mı?

Ürününüz bir sanayi ürünüyse:

— Hangi firmalar kullanabilir?

— Ürününüzün kullanım süresi nedir?

— Ürününüzün kullanımı veya ömrü iklim koşullarından etkilenir mi? Nasıl?

— Coğrafi konum ürününüzün satın alımını etkiler mi; mesela nakliye sorunları? Varsa nasıl?

— Ürününüzle ilgili yasak, kota, kısıtlama veya tarife dışı bariyer var mı? Varsa neler?

Ürününüz bir tüketici ürünüyse:

— Tüketiciler kimdir?

— Ürün hangi sıklıkta satın alınır?

— Ürünün tüketimi iklim koşullarına göre değişir mi?

— Tüketim coğrafi koşullardan etkilenir mi; mesela nakliye sorunları?

Ürününüz bu dış pazardaki gelenek, alışkanlık veya inançlarla çelişir mi?

Evet

Hayır

Ürüne bağlı zorunluluk ve gereklilikler nelerdir? Sertifikasyon? Test? Resmi onay, Kota? Varsa listeyin.

--

Ürün Pazarlama: Pratik İhtiyaçları Belirleme

Ürünüze ilişkin sıralayın.

Hangi potansiyel sorunlar olabilir:

— Hedef pazardaki ürün bilgisi

— Hedef Kitle

— Ürün uyarlama

— Ürünün benzersizliği

En verimli dağıtım kanalı nedir?

— Aracılar yerine direkt satış yapmak?

Hangi eğitim ve destekler gerekiyor?

— Ne gibi garantiler var?

Nakit Akış sorunlarınız doğabilir.

Gerekli yatırım bedeli nedir?

What is the timing of the investments?

Geri ödeme süresi nedir?

Uluslararası pazarlara ürün üretme kapasitenizi ölçün, değerlendirin.

Önümüzdeki 12 ayda satışınız %20, %40, %100 artabilir mi? Açıklayın.

Satış hacmindeki artış üretim zaman çizelgenizi nasıl etkiler?

Az bir maliyetle ürünlerinizde değişiklik yapabilir misiniz? Evet Hayır

Potansiyel Müşteri/distribütör tam olarak pazara sunacağınız ürünün işlevsel bir modelini görebilir mi? Evet Hayır

Yorumlar:

Hangi ürün ve/veya etiketleme koşulları karşılanmak zorunda? (Ölçü kısıtları, AC veya DC elektrik, voltaj, vs.)

Lütfen Avrupa Birliği ülkelerinin yeni tüm ambalajlarda üç dil olması koşulunu, NAFTA anlaşması altındaki ülkelere Meksika'nın İspanyolca etiket ararken, Kanada'nın İngilizce ve Fransızca etiket gerektirdiğini unutmayın...

Hangi sertifika ve onaylar gerekiyor? (CE marka, vs.)

Ürünlerinize hangi yabancı ruhsatlandırma/belgelendirme ve düzenleyici gereksinimler uygulanacak?

Ürün dönüşüm gereksinimleri nasıl ve ne zaman elde edilebilir?

Ürün siparişte belirtilen zamanda teslim edilebilir mi? (Bu özellikle ödeme şekli akreditif olduğunda çok önemlidir.) Evet Hayır

Yorumlar:

Bilgiler ile ilgili gereksinimleri tanımlamak.

Gerek duyulduğunda ürün bilgilerini İngilizceden farklı bir dilde oluşturabilir misiniz? Evet Hayır

Teknik dil çevirisi için çevirmene ihtiyaç duyacak mısınız?

Evet Hayır

Not: Sektörünüzün terminolojisine aşina bir çevirmen kullanmak önem arz eder.

Ürününüzün kaliteli ve bilgilendirici bir sunumunu garantilemek üzere satış literatürü ile ilgili hangi özel noktalar önemlidir? *(Lütfen çevirilerin bu literatürün kullanılacağı ülkedeki dile ait nüansları yansıtması gerektiğini unutmayın.)*

Web sitesi ile ilgili gereksinimleri tanımlayın.

Web siteniz uluslararası ticarete hazır mı?

Evet Hayır

Değilse, gerekli adımları tanımlayın:

Web siteniz Global Ziyaretçileri gerektiği gibi karşılıyor mu?

Evet Hayır

Değilse, atılacak adımları tanımlayın, global bir İngilizce kullanımı, uluslararası arama bilgisi, müşteri hizmetleri için canlı desteğe ulaşılabilir saatler, vb. etc.:

Ziyaretçiler size e-mail ile ulaşabilir mi ? Evet Hayır

Planlanan cevap süresi?

Müşteri ilişkileri ile ilgili gereksinimleri tanımlayın.

Yükleme şekilleri ve süreleri nelerdir?

Ödeme koşulları nelerdir?

Bu siparişler için yükleme öncesi(üretim aşaması) ya da yükleme sonrası(tahsilat aşaması) işletme sermaye desteği, finansman gerekir mi?

Evet Hayır

Sizin için Ex-Im veya sunulan diğer finansal programlardan hangisi uygun olur? Açıklayın.

Garanti koşulları nelerdir?

Denetleme/Kabul gerekli mi? Açıklayın.

İhtiyaç olduğunda ürün servisini kim yapacak?

Müşteriyle kim bağlantı kuracak? (uygun olanları işaretleyin)

Yerel acenta

e-posta

Faks

Diğer (açıklayın):

Pazarlama Stratejinizi Belirlemek

1. Adım: Genel iş yaklaşımınızı düşünün.

Firmanızın büyüklüğü nedir?

Ürün/servisinizin özellikleri nedir?

Risk toleransınız nedir?

Pazar geliştirmek için hangi kaynaklar kullanılabilir?

Daha önceki herhangi bir ihracat deneyim veya uzmanlığını anlatın.

Şeçilen pazarlardaki iş ortamı ve koşullarını sıralayın

2. Adım: Uluslararası fiyat yaklaşımınızı tanımlayın.

Her bir ürün için ülke fiyatını nasıl hesaplıyorsunuz?

Fiyat belirlerken hangi faktörleri göz önünde bulunduruyorsunuz?

Hangi ürünlerin satışı fiyat değişikliklerine duyarlıdır?

Genel pazarlama stratejinizde fiyatlandırma ne derece önemlidir?

İndirim politikanız nedir?

İhrac ürününüz için hangi satış vadesi en uygundur?

3. Adım: Pazarlama Tanıtım yaklaşımınızı tanımlayın.

Hangi reklam/tanıtım malzemelerini kullanacaksınız?

Hangi fuar veya ticaret heyetlerine katılacaksınız?

Yılın hangi zamanında ve ne sıklıkta müşteri Pazar ziyareti yapılmalıdır?

4. Adım: Müşteri hizmetlerini tanımlayın. O ülkede gerekli teknik eğitim ve satış sonrası servisler de dikkate alınmalıdır.

Hangi müşteri hizmetlerini sunacaksınız?

Hangi ödeme seçeneklerini sunacaksınız?

Müşteri iade durumunda ürünler ne olacak?

O ülkede verilmesi gereken teknik eğitimler nelerdir?

Satış sonrası servis nasıl karşılanacak?

Seçilen Pazarlarda Müşterileri Belirlemek

Hangi şirketler, acentalar veya distribütörler benzer ürünleri satın aldılar

	Şirketler	Acentalar	Distribütörler
Ürün 1			
Ürün 2			
Ürün 3			

Hangi şirketler, acentalar veya distribütörler benzer ürünlere ilişkin bilgi talebinde bulundular?

	Şirketler	Acentalar	Distribütörler
Ürün 1			
Ürün 2			
Ürün 3			

Hangi şirketler, acentalar veya distribütörler ihracat ürünleriniz için olası alıcı olur?

	Şirketler	Acentalar	Distribütörler
Ürün 1			
Ürün 2			
Ürün 3			

Ayrıca bu ideal müşteri, acenta ve/veya distribütör profili yaratmak için yardımcı olur. (örnek boyut, sınıf, ürün hattı, tecrübe vb.) Sizin muhtemel alıcılarınızın daha uygun ve arzu edilir karakteristiklerine odaklanmanızı sağlar.

İdeal Müşteri:

İdeal Temsilci/Distribütör:

Notlar:

