

## Export Marketing Plan

Μπορείτε να προσαρμόσετε το περιεχόμενο αυτού του εγγράφου στο πλάνο μάρκετινγκ της εταιρίας, στο Business Plan ή σε μια πρόταση για χρηματοδότηση.

### ΠΡΩΤΟ ΒΗΜΑ: ΕΣΩΤΕΡΙΚΗ ΑΝΑΘΕΩΡΗΣΗ

Ο στόχος της εσωτερικής αναθεώρησης είναι να προσδιορίσετε τις επιχειρηματικές σας δυνάμεις και αδυναμίες έτσι ώστε να μπορείτε να κεφαλαιοποιήσετε στις δυνάμεις σας και να βελτιώσετε τις αδυναμίες σας, για μεγαλύτερη εξαγωγική επιτυχία.

Ξεκινήστε καθορίζοντας ποιος είστε, τι κάνετε και που θα θέλατε να είστε, με μια πραγματικά ειλικρινή αξιολόγηση του εαυτού σας και/ή της επιχείρησής σας. Αξιολογήστε τις γνώσεις σας, τα προϊόντα, την ευελιξία, τις τιμές και άλλα τυχόν ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα σας, ή ότι πιστεύετε ότι κάνετε καλύτερα από τους ανταγωνιστές σας. Αυτά μπορεί να είναι πράγματα όπως οικονομική αυτοδυναμία, ιδιαίτερες δεξιότητες του προσωπικού, ή μοναδική τεχνολογία, τεχνογνωσία, οι παραγωγικές διαδικασίες σας, το δίκτυο διανομής σας κλπ.

Με τον ίδιο τρόπο εντοπίστε - με ειλικρίνεια- τις ανταγωνιστικές αδυναμίες σας.

### ΕΣΩΤΕΡΙΚΗ ΑΝΑΘΕΩΡΗΣΗ

- [Εταιρικοί Στόχοι](#)
- [Διεθνής Εμπειρία](#)
- [Διοίκηση και Προσωπικό](#)
- [Δυνατότητα Παραγωγής](#)
- [Ποιότητα και Προδιαγραφές](#)
- [Οικονομική Δυνατότητα](#)

### ΜΕΧΡΙ ΤΩΡΑ & ΣΤΟ ΜΕΛΛΟΝ

Τώρα εξετάστε τα πραγματικά κίνητρα σας για την επιθυμία σας να βγείτε από τα σύνορα.

### ΛΟΓΟΙ ΓΙΑ ΕΞΑΓΩΓΕΣ

#### ΔΕΥΤΕΡΟ ΒΗΜΑ:

#### ΕΞΩΤΕΡΙΚΗ ΑΝΑΘΕΩΡΗΣΗ

Σκεφτείτε για την επιχείρησή σας όλους εκείνους τους εξωτερικούς παράγοντες που επηρεάζουν την πορεία της εταιρίας αλλά και των προϊόντων σας και που δυστυχώς δεν μπορείτε να επηρεάσετε. Πολιτική κατάσταση, Οικονομική συγκυρία, ανταγωνισμός, νομοθεσία, τεχνολογία είναι κάποιοι από αυτούς – και μπορεί να σας βοηθήσουν να επιλέξετε τις πιθανές χώρες εξαγωγής των προϊόντων σας.

Πρώτα εξετάστε εκείνες τις χώρες όπου τα προϊόντα σας είναι πιθανό να γίνουν αποδεκτά.

Ενδεχομένως να ξεκινήσετε με ένα μεγάλο αριθμό πιθανών αγορών αλλά η εξαγωγική επιτυχία είναι περισσότερο εφικτή εάν αρχικά επικεντρώσετε το ενδιαφέρον σας σε επιλεγμένο αριθμό χωρών. Για να εντοπίσετε τις πιο ελκυστικές αγορές αναρωτηθείτε:

- Ποιες χώρες χρησιμοποιούν προϊόντα ή υπηρεσίες σαν τα δικά σας;
- Ποιες από αυτές τις συγκεκριμένες χώρες έχουν μεγάλο μέγεθος αγοράς για το προϊόν αυτό;
- Καλύπτουν τις βασικές ανάγκες τα υπάρχοντα προϊόντα σας;
- Εναλλακτικά, μπορείτε να παράγετε νέα ή τροποποιημένα προϊόντα που να συμπίπτουν με τις ανάγκες αυτής της αγοράς;

- Μπορείτε εύκολα να υποστηρίξετε δραστηριότητες σε αυτές τις αγορές;

Παράγοντες που πρέπει να εξετάσετε:

- [Μέγεθος Αγοράς](#)
- [Ανάπτυξη Αγοράς](#)
- [Εγγύτητα Αγοράς](#)
- [Οικονομική Σταθερότητα](#)
- [Πολιτική κατάσταση](#)
- [Κουλτούρα](#)
- [Μόρφωση](#)
- [Γλώσσα](#)
- [Περιβαλλοντικοί Παράγοντες](#)
- [Γεωγραφικοί Παράγοντες](#)
- [Νομικό Σύστημα](#)

### Ταξινόμηση των αγορών-στόχων

- 1.
- 2.
- 3.

Τώρα ερευνείστε τους ακόλουθους παράγοντες, που θα καθορίσουν την πιθανότητα τα προϊόντα σας να γίνουν αποδεκτά στις επιλεγμένες σας αγορές.

#### 1. Μερίδια πελατών- στόχων

Αναπτύξτε ένα προφίλ των πιθανών ομάδων πελατών σας στις αγορές. Ερευνείστε τα χαρακτηριστικά τους, τις προσδοκίες τους και τις προτιμήσεις τους: **τι** χρειάζονται, **γιατί** αγοράζουν, **πως** αγοράζουν, **πότε** αγοράζουν, **πόσο** είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν και **ποιος** παίρνει την αγοραστική απόφαση.

Αυτή η ανάλυση θα σας βοηθήσει να κτίσετε το μείγμα «προϊόντων-αγορών», να αποφασίσετε δηλαδή ποια από τα προϊόντα σας να προωθήσετε σε ποιο είδος ή ομάδα αλλοδαπών πελατών, εάν τα προϊόντα σας απαιτούν αλλαγές για να ταιριάζουν στους ξένους πελάτες ή αν θα έπρεπε να αναπτυχθούν προσαρμοσμένα προϊόντα.

#### **Βάση Πελατών**

#### 2. Ζήτηση/ Πιθανών αγορών

Ελέγξτε το ποσοστό της ζήτησης για τα προϊόντα/ υπηρεσίες που θα μπορούσατε να εμπορευτείτε σε σχέση με την κάθε χώρα.

#### **Ζήτηση/ Πιθανών αγορών**

#### 3. Ανταγωνισμός

Καθορίστε εάν το προϊόν / υπηρεσία παράγεται τοπικά ή εισάγετε. Ποιοι είναι οι κυριότεροι ανταγωνιστές και πως κερδίζουν τα μερίδια της αγοράς αυτής. Ερευνήστε εάν μπορείτε να ανταγωνιστείτε στους ακόλουθους τομείς

- Ποιότητα
- Τιμή
- Παράδοση και πίστωση
- Εξυπηρέτηση πελατών
- Προβολή

#### **Ανταγωνισμός**

#### 4. Πολιτικό/ Νομικό περιβάλλον

Να ερευνηθούν οι τομείς που αφορούν το ρόλο της κυβέρνησης, την πολιτική σταθερότητα της χώρας, την διεθνή εμπορική πολιτική και τους νόμους προστασίας εμπορικών σημάτων,

περιορισμοί στις ροές κεφαλαίου, κανονισμοί τιμών, περιορισμοί στην ξένη ιδιοκτησία, κανονισμοί ανταγωνισμού, τοπικά πρότυπα και προδιαγραφές, περιορισμοί εισαγωγών, απαιτήσεις ετικέτας και συσκευασίας.

### **Πολιτικό/ Νομικό περιβάλλον**

5.

6. Οικονομικό και Επιχειρησιακό περιβάλλον

Αξιολογήστε την οικονομική ανάπτυξη της χώρας, το ΑΕΠ, ποσοστό πληθωρισμού, νόμισμα και τραπεζικό σύστημα, σύστημα μεταφορών και επικοινωνιών, συγκέντρωση & αύξηση πληθυσμού, υπάρχοντα δίκτυα διανομής, πορεία του κλάδου, εισαγόμενος ανταγωνισμός.

### **Οικονομικό & Επιχειρησιακό Περιβάλλον**

7. Πολιτιστικό/ Κοινωνικό Περιβάλλον

Εξετάστε τις απαιτήσεις σε γλώσσα επικοινωνίας, τον τρόπο ζωής, την αγοραστική συμπεριφορά, την εμμονή στη θρησκεία, τα επιχειρησιακά ήθη, τη στάση απέναντι στα ξένα προϊόντα, τις τελωνειακές διαπραγματεύσεις, τα ψηφίσματα για διαφάνεια, τους κοινωνικούς κανόνες και τις αξίες και πως αυτά θα επηρεάσουν την αποδοχή της υπηρεσίας/ του προϊόντος σας.

### **Πολιτιστικό/ Κοινωνικό Περιβάλλον**

8. Τεχνολογικό Περιβάλλον

Μερικά προϊόντα μπορεί να ξεπεραστούν πολύ γρήγορα ενώ άλλα προϊόντα μπορεί να απολαύσουν υψηλή ζήτηση εξαιτίας μιας νέας τεχνολογίας. Ερευνήστε τη σημασία του τεχνολογικού περιβάλλοντος στις επιλεγμένες αγορές για σας αλλά και τους ανταγωνιστές σας.

### **Τεχνολογικό Περιβάλλον**

9. Συστήματα Διανομής

Ποιο θα ήταν το καλύτερο κανάλι διανομής για τα προϊόντα/ υπηρεσίες σας για να προσεγγίσετε την επιλεγμένη αγορά στόχο; Πόσο δύσκολο είναι να μπειτε σε αυτό? Έχετε πραγματικά πλεονεκτήματα σε σχέση με τα ανταγωνιστικά προϊόντα που ήδη υπάρχουν σε αυτό?

### **Συστήματα Διανομής**

#### **ΤΡΙΤΟ ΒΗΜΑ: ΑΝΑΘΕΩΡΗΣΗ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ**

Τώρα προσδιορίστε τα προϊόντα/ υπηρεσίες που πιστεύετε ότι μπορούν να έχουν απήχηση στην ξένη αγορά. Σκεφτείτε εάν θα:

- Εμπορευτείτε τα τρέχοντα προϊόντα στις νέες αγορές
- Τροποποιήσετε τα τρέχοντα προϊόντα, και/ ή
- Αναπτύξετε νέα προϊόντα

Για να βοηθηθείτε στην απάντηση των προηγούμενων ερωτήσεων, εξετάστε τους ακόλουθους τομείς:

- Συσκευασία ( ετικέτα, μέγεθος, χρώμα και σχήμα, ευκολία χρήσης, προστασία)
- Επωνυμία
- Ποιότητα και διάρκεια
- Φυσικά χαρακτηριστικά (μέγεθος, styling, χρώμα)
- Χαρακτηριστικά γνωρίσματα

- Μέθοδος λειτουργίας ή χρήσης
- Εξυπηρέτηση πελατών

### **Χαρακτηριστικά γνωρίσματα**

#### **Συσκευασία**

#### **Φυσικά χαρακτηριστικά**

#### **Επωνυμία**

### **ΤΕΤΑΡΤΟ ΒΗΜΑ: SWOT ANALΥΣΗ**

Πιθανόν να διαπιστώσετε ότι έχετε συλλέξει μεγάλο αριθμό δεδομένων και πληροφοριών στο Πρώτο, Δεύτερο και Τρίτο Βήμα. Συνοψίζοντας τα βασικά σημεία μέσω μίας Swot ανάλυσης (Δυνάμεις, Αδυναμίες, Ευκαιρίες και Απειλές) θα βοηθηθείτε στο χτίσιμο της εξαγωγικής σας επιχείρησης βασισμένοι στις Δυνάμεις και ελαχιστοποιώντας τις Αδυναμίες. Αυτό θα σας επιτρέψει να κεφαλαιοποιήσετε τις ευκαιρίες της κάθε αγοράς.

Για να συντάξετε μία Swot ανάλυση, ξεκινήστε παρακολουθώντας τις Δυνάμεις και τις Αδυναμίες σε σχέση με τους ανταγωνιστές σας, που έχετε ερευνήσει κατά τη διάρκεια της εσωτερικής αναθεώρησης (κάντε μία λίστα με 5 Δυνάμεις και 5 Αδυναμίες το πολύ).

Στη συνέχεια συνοψίστε τις σημαντικότερες Ευκαιρίες και Αδυναμίες για την επιχείρησή σας, τις οποίες έχετε ερευνήσει στην εξωτερική σας αναθεώρηση (κάντε μια λίστα από 5 Ευκαιρίες και 5 Απειλές το πολύ)

#### **Δυνάμεις**

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

#### **Αδυναμίες**

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

#### **Ευκαιρίες**

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

#### **Απειλές**

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

### **ΠΕΜΠΤΟ ΒΗΜΑ: ΚΑΙΡΙΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΕΠΙΤΥΧΙΑΣ**

Κάθε επιχείρηση διαθέτει κάποιους καίριους παράγοντες επιτυχίας, χωρίς τους οποίους η επιτυχία της επιχείρησης θα κατέρρευε.

Σκεφτόμενοι την επιχείρησή σας και το περιβάλλον των επιλεγμένων αγορών, προσδιορίστε όχι περισσότερους από 3 παράγοντες για την εξαγωγική σας επιχείρηση.

#### **ΚΑΙΡΙΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΕΠΙΤΥΧΙΑΣ**

- 1.

2.

3.

## **ΕΚΤΟ ΒΗΜΑ: ΘΕΣΤΕ ΣΤΟΧΟΥΣ, ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΚΑΙ ΠΛΑΝΑ ΔΡΑΣΗΣ**

Προκαταρκτικοί εξαγωγικοί στόχοι

Τώρα είστε έτοιμοι να θέσετε κάποιους προκαταρκτικούς εξαγωγικούς στόχους. Θέτοντας τους σκεφτείτε σε τι πωλήσεις στοχεύετε και από ποια προϊόντα/ υπηρεσίες και σε ποια χρονική περίοδο.

### **Προκαταρκτικοί εξαγωγικοί στόχοι**

Στη συνέχεια σκεφτείτε πως θα επιτύχετε αυτούς τους εξαγωγικούς στόχους. Αποφασίστε ποια από τα προϊόντα/ υπηρεσίες θα ήταν καλύτερο να εμπορευτείτε σε διαφορετικές ομάδες καταναλωτών/ πελατών στις επιλεγμένες ξένες αγορές.

Ξεκινήστε καθορίζοντας προϊόν, τιμή, διανομή, διαφημιστική και προωθητική στρατηγική.

### **Στρατηγική Προϊόντος**

Σκεφτείτε όλα όσα έχετε μάθει από τις εσωτερικές πηγές της επιχείρησής σας για τις πιθανότητες, οι επιλεγμένες αγορές να δεχτούν το προϊόν σας, καθορίστε εάν μπορείτε να εμπορευτείτε τα προϊόντα σας στην παρούσα φάση ή αν χρειάζονται τροποποίηση ή εάν θα αναπτύξετε και θα εμπορευτείτε νέα προϊόντα που θα ταιριάζουν στους ξένους αγοραστές σας.

### **Στρατηγική Προϊόντος**

### **Τιμολογιακή Στρατηγική**

Εξετάστε πώς θα τιμολογήσετε τα προϊόντα σας στις ξένες αγορές. Ποιο θα είναι το σημείο τιμών σας σε σχέση με των τιμών των ανταγωνιστικών σας προϊόντων; Τι περιθώρια κέρδους αφήνετε στους ενδιαμέσους; Θα αναφέρετε FOB, ή CIF τιμές; Θα κάνετε εκπτώσεις στην συγκεκριμένη λίστα τιμών σας για συγκεκριμένες ποσότητες, κ.α.; Πώς αναμένετε να πληρωθείτε από τις εξαγωγές σας;

### **Τιμολογιακή Στρατηγική**

### **Στρατηγική Διανομής**

Ερευνήστε πως τα προϊόντα/ υπηρεσίες σας θα φτιαχτούν ούτως ώστε να είναι βολικά για τους ξένους πελάτες. Εξετάστε πράγματα όπως αποθήκευση, μεταφορά, ποιοτικός έλεγχος, και ποιο τύπο, ενδεχομένως, μεσάζοντα θα αναζητήσετε.

### **Στρατηγική Διανομής**

### **ΜΕ ΠΟΙΟ ΤΡΟΠΟ ΘΑ ΕΞΑΓΟΥΜΕ;**

Μέθοδοι έμμεσων εξαγωγών:

- Αντιπρόσωποι με προμήθεια
- Έλληνες Χονδρέμποροι
- Franchising
- Με licensing

Μέθοδοι άμεσων εξαγωγών:

- Με Πωλητές
- Αναπτύσσοντας Δικό μας Δίκτυο Διανομής
- Ξένοι Αντιπρόσωποι
- Τελικοί Χρήστες
- Μέσω Ιντερνετ

Θα ορίσετε έναν ή περισσότερους αντιπρόσωπο με προμήθεια στην ξένη περιοχή και ποιες θα είναι οι ρυθμίσεις όσον αφορά την προμήθεια και τον τρόπο πληρωμής της;

### **Ρυθμίσεις Προμηθειών**

Θα προετοιμαστείτε να επιχορηγήσετε με αποκλειστικότητα έναν διανομέα στην ξένη αγορά; Τι μορφή θα πάρει η αποκλειστική συνεργασία;

#### **Αποκλειστική Συνεργασία**

#### **Διαφήμιση και Προώθηση**

Εάν σχεδιάζετε να διαφημίσετε και/ ή να προωθήσετε τα προϊόντα / υπηρεσίες σας στην ξένη αγορά, αποφασίστε ποιος θα το κάνει. Θα είναι η εταιρεία σας , οι εισαγωγείς / οι ενδιάμεσοι ή και τα δύο;

Ποιος θα προετοιμάσει και θα πληρώσει για τις διαφημίσεις και τα προωθητικά υλικά, και σε ποια γλώσσα θα είναι; Θα είναι η εταιρεία σας, οι εισαγωγείς / ενδιάμεσοι, ή και τα δύο;

#### **Διαφήμιση και Προώθηση**

#### **Πλάνο Δράσης & Προϋπολογισμός**

Τέλος αναπτύξτε ένα πλάνο δράσης που θα σας βοηθήσει να οργανώσετε ποιες ενέργειες πρέπει να κάνετε για να επιτύχετε τους εξαγωγικούς στόχους και τις στρατηγικές σας. Κάντε μία λίστα με το τι πρέπει να γίνει, από ποιόν και πότε.

Και τέλος ετοιμάστε έναν αναλυτικό προϋπολογισμό. Πόσο θα κοστίσει η κάθε δραστηριότητα και το σύνολο του εξαγωγικού σας προγράμματος, τι έσοδα προβλέπεται να έχετε κατά την διάρκεια εφαρμογής του συγκεκριμένου πλάνου αλλά και τα επόμενα έτη.

#### **Πλάνο Δράσης**

<b>Δράσεις</b>	<b>Ποιος</b>	<b>Πότε</b>	<b>Στόχος</b>	<b>Budget</b>
----------------	--------------	-------------	---------------	---------------

#### **Προϋπολογισμός ανά μήνα**

Δράσεις                      Κόστος

Πωλήσεις                    Έσοδα

#### **ΕΒΔΟΜΟ ΒΗΜΑ:**

#### **ΕΦΑΡΜΟΓΗ**

#### **Απαιτήσεις Πόρων**

Τώρα αρχίστε να αξιολογείτε τι έχετε ήδη και τι σας λείπει για να επιτύχετε τους εξαγωγικούς σας στόχους.

Αξιολογείστε ...

- **Ανθρώπους με Σχετικές Δεξιότητες**
- **Γνώσεις και διασυνδέσεις στην Αγορά**
- **Απαιτήσεις σε υλικά, προϊόντα, συσκευασία**
- **Χρηματοδότηση**
- **Χρόνος**
- **Πληροφορίες**

#### **Υποθέσεις**

Κάντε μία λίστα με τις σημαντικότερες υποθέσεις στις οποίες θα στηριχθεί η εξαγωγική σας στρατηγική. Αυτές οι υποθέσεις θα είναι ή εξωτερικοί παράγοντες, όπως δράσεις των ανταγωνιστών, ανταπόκριση των καταναλωτών, δυσκολίες στα δίκτυα διανομής, ποσοστό αύξησης της αγοράς και/ ή εσωτερικά θέματα όπως νέες προσλήψεις, συνεργασίες, χρηματοοικονομική ρευστότητα, ποιότητα, διαθεσιμότητα α' υλών κλπ, οι οποίες θα έχουν σημαντική επίπτωση πάνω στους εξαγωγικούς σας στόχους.

### **Υποθέσεις**

Αναθεωρείστε τις υποθέσεις σας τακτικά για να εξασφαλίσετε την εξαγωγική σας επιτυχία.

### **Περίληψη**

Η προκαταρκτική εξαγωγική στρατηγική που έχετε ετοιμάσει δουλεύοντας μέσω αυτής της διαδικασίας είναι ένα πρώτο βήμα στο δρόμο της εξαγωγικής επιτυχίας. Είναι ένα σημαντικό στοιχείο το οποίο προσδιορίζει τις Δυνάμεις και τις Ευκαιρίες που έχει η επιχείρησή σας μέσα σε εξαγωγικό πλαίσιο. Μπορεί επίσης να παρέχει πολύτιμη υποστήριξη στο να βασίσετε το εξαγωγικό σας πλάνο όταν απευθύνεστε σε συνεργάτες, χρηματοδότες κλπ. Επίσης σημαντική είναι και η γνώση που έχετε κερδίσει προετοιμάζοντας το.

Η εξαγωγική σας στρατηγική πρέπει να αναθεωρείτε συνεχώς λαμβάνοντας υπόψη τις μεταβαλλόμενες περιστάσεις σε συνδυασμό με την επιχείρησή σας και τις αγορές στις οποίες αναπτύσσετε δραστηριότητες.