



Διεθνές εξαγωγικό Μάρκετινγκ Ενότητα 4η: Μέθοδοι Επιλογής Αγορών του Εξωτερικού

Θεοδωρίδης Προκόπης

Σχολή Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων

Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων Αγροτικών
Προϊόντων & Τροφίμων (Δ.Ε.Α.Π.Τ.)



Σκοπός

Σκοπός της 4^{ης} διάλεξης είναι να κατανοήσουν οι φοιτητές την επικοινωνία Μάρκετινγκ σε διεθνές επίπεδο



Περιεχόμενα

- Εξαγωγικό Μάρκετινγκ και Επικοινωνία
- Στόχοι Διεθνούς Επικοινωνίας



Εξαγωγικό Μάρκετινγκ και Επικοινωνία

Κυριότερα μέσα μαζικής επικοινωνίας στο Διεθνές Μάρκετινγκ:

- Διεθνή Περιοδικά (Times, Economist, Business Week κλπ)
- Διεθνείς Εφημερίδες (Financial Times, Herald Tribunes, Wall Street Journal κλπ)
- Ραδιόφωνο
- Κινηματογράφος
- Sponsoring
- Περιοδικά της Επιχείρησης
- Σύμβολα της Επιχείρησης
- ...internet!!



Στόχοι Διεθνούς Επικοινωνίας

- Ενημέρωση των πελατών για την αξία ή τα οφέλη του προϊόντος
- Είσοδος σε νέες αγορές
- Ανάπτυξη πωλήσεων σε υπάρχουσες αγορές
- Υποστήριξη δικτύων διανομής



Εξαγωγικό Μάρκετινγκ και Επικοινωνία (1/8)

Σημαντικότερες Αποφάσεις Αναφορικά με τη Διαφήμιση:

- Προτίμηση Διεθνούς ή Τοπικής Διαφημιστικής Εκστρατείας ;
- Ποιο θα είναι το περιεχόμενο της Διαφημιστικής Καμπάνιας ;



Εξαγωγικό Μάρκετινγκ και Επικοινωνία (2/8)

Τυποποιημένες Διαφημιστικές Εκστρατείες:

- Η ίδια διαφημιστική εκστρατεία σε πολλές χώρες ταυτόχρονα με μικρές παραλλαγές από χώρα σε χώρα
- Πλεονεκτήματα:
- Η Ίδια Εικόνα Παγκοσμίως
- Μείωση Κόστους Παραγωγής
- Μείωση Κινδύνου Παρανόησης του Προϊόντος



Εξαγωγικό Μάρκετινγκ και Επικοινωνία (3/8)

Μειονεκτήματα:

- Εμπόδια που συνδέονται με το προϊόν
- Φυσικά Εμπόδια
- Γλωσσικά Εμπόδια
- Θεσμικά Εμπόδια
- Ευρύτερο Οικονομικό και Ανταγωνιστικό Περιβάλλον
- Κοινωνικό και Πολιτιστικό Περιβάλλον



Εξαγωγικό Μάρκετινγκ και Επικοινωνία (4/8)

Διαφοροποιημένη Εκστρατεία:

- Προσαρμογή της Διαφημιστικής εκστρατείας στα δεδομένα που ισχύουν σε κάθε μία από τις διεθνείς αγορές του εξωτερικού.



Εξαγωγικό Μάρκετινγκ και Επικοινωνία (5/8)

Συνεργασία με Διαφημιστικές Επιχειρήσεις:

- Βασικό Ερώτημα: Διεθνής «Λογαριασμός ή Τοπικός ;»
- Παράγοντες που Καθορίζουν:
- Ο τρόπος οργάνωσης (συγκεντρωτικός ή όχι) του Διαφημιζόμενου.
- Η φύση της Καμπάνιας του Διαφημιζόμενου
- Απαίτηση του Διαφημιζόμενου για αποκλειστικότητα
- Εγγυήσεις Εχεμύθειας



Εξαγωγικό Μάρκετινγκ και Επικοινωνία (6/8)

ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗΣ ΕΚΣΤΡΑΤΕΙΑΣ

- Καθορισμός Κοινού - Στόχος
- Στόχοι της Εκστρατείας
- Ύψος Διαθέσιμου Προϋπολογισμού
- Στρατηγική Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης
- Διαφημιστικό Μήνυμα
- Τύπος Εκστρατείας
- Έλεγχος Αποτελεσματικότητας



Εξαγωγικό Μάρκετινγκ και Επικοινωνία (7/8)

Διαφημιστικός Κίνδυνος σε Διεθνείς Εκστρατείες:

- Η επιχείρηση έχει πολλά περισσότερα κοινά - στόχους από ότι στην εγχώρια αγορά (πχ. προμηθευτές, ενδιάμεσοι, κυβερνήσεις κλπ).
- Η Εκστρατεία που θα επιλεγθεί και θα υλοποιηθεί θα πρέπει να επικοινωνεί το κατάλληλο μήνυμα στο κατάλληλο κοινό ώστε να δημιουργείται ένα γενικότερα θετικό κλίμα για την επιχείρηση.



Εξαγωγικό Μάρκετινγκ και Επικοινωνία (8/8)

Διεθνείς Εμπορικές Εκθέσεις

- Πλεονεκτήματα:
 - Επαφή με ένα Συγκεκριμένο Κοινό (πχ. Opinion Leaders, Deciders κλπ)
 - Market Test
 - Συλλογή Στοιχείων για Ανταγωνισμό
- Μειονεκτήματα:
 - Κόστος
 - Αύξηση φόρτου εργασίας στο Εμπορικό Τμήμα



Τέλος ενότητας 4

Χρηματοδότηση

- Το παρόν εκπαιδευτικό υλικό έχει αναπτυχθεί στο πλαίσιο του εκπαιδευτικού έργου του διδάσκοντα.
- Το έργο «**Ανοικτά Ακαδημαϊκά Μαθήματα στο Πανεπιστήμιο Πατρών**» έχει χρηματοδοτήσει μόνο την αναδιαμόρφωση του εκπαιδευτικού υλικού.
- Το έργο υλοποιείται στο πλαίσιο του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» και συγχρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο) και από εθνικούς πόρους.



ΣΗΜΕΙΩΜΑΤΑ

Σημείωμα Ιστορικού Εκδόσεων Έργου

Το παρόν έργο αποτελεί την έκδοση 1.0.

Έχουν προηγηθεί οι κάτωθι εκδόσεις:



Σημείωμα Αναφοράς

Copyright Πανεπιστήμιο Πατρών, Προκόπιος Θεοδωρίδης. «Διεθνές Εξαγωγικό Μάρκετινγκ. Ενότητα 4». Έκδοση: 1.0. Πάτρα 2015. Διαθέσιμο από τη δικτυακή διεύθυνση:
https://eclass.upatras.gr/modules/document/document.php?course=DEAPT_7.5C.



Σημείωμα Αδειοδότησης

Το παρόν υλικό διατίθεται με τους όρους της άδειας χρήσης Creative Commons Αναφορά, Μη Εμπορική Χρήση Παρόμοια Διανομή 4.0 [1] ή μεταγενέστερη, Διεθνής Έκδοση. Εξαιρούνται τα αυτοτελή έργα τρίτων π.χ. φωτογραφίες, διαγράμματα κ.λ.π., τα οποία εμπεριέχονται σε αυτό και τα οποία αναφέρονται μαζί με τους όρους χρήσης τους στο «Σημείωμα Χρήσης Έργων Τρίτων».



[1] <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

Ως **Μη Εμπορική** ορίζεται η χρήση:

- που δεν περιλαμβάνει άμεσο ή έμμεσο οικονομικό όφελος από την χρήση του έργου, για το διανομέα του έργου και αδειοδόχο
- που δεν περιλαμβάνει οικονομική συναλλαγή ως προϋπόθεση για τη χρήση ή πρόσβαση στο έργο
- που δεν προσπορίζει στο διανομέα του έργου και αδειοδόχο έμμεσο οικονομικό όφελος (π.χ. διαφημίσεις) από την προβολή του έργου σε διαδικτυακό τόπο

Ο δικαιούχος μπορεί να παρέχει στον αδειοδόχο ξεχωριστή άδεια να χρησιμοποιεί το έργο για εμπορική χρήση, εφόσον αυτό του ζητηθεί.

