

Εξαγωγές και Καινοτομία

Κωνσταντίνος Κοκκινοπλίτης, MSc

Σύμβουλος Εξαγωγών

Καινοτομία

- Μόδα ή Πραγματικότητα ?

Καινοτομία - Τι είναι, ορισμός και έννοια

- **Η καινοτομία είναι μια διαδικασία που τροποποιεί υπάρχοντα στοιχεία,**
- **ιδέες ή**
- **πρωτόκολλα, βελτιώνοντάς τα ή δημιουργώντας νέα που έχουν ευνοϊκό αντίκτυπο στην αγορά.**

- Η καινοτομία είναι μια έννοια που συνδέεται στενά με τον επιχειρηματικό κόσμο. Η καινοτομία είναι η βελτίωση του υπάρχοντος, η παροχή νέων επιλογών που ικανοποιούν τις ανάγκες των καταναλωτών ή ακόμη και η δημιουργία νέων προϊόντων για να είναι επιτυχής στην αγορά.

- Μέσω της γνώσης :
 - των προϊόντων,
 - της αγοράς,
 - των αναγκών των καταναλωτών,
- μια σειρά αλλαγών και κριτηρίων μπορεί να καθιερωθεί για να καινοτομήσει σε αυτά και να τα κάνει χρήσιμα στην αγορά.

Καινοτομία και τα πεδία εφαρμογής της

- **Καινοτομία στον τομέα των διαδικασιών και των προϊόντων.**
 - βελτίωση των υπαρχόντων προϊόντων και διαδικασιών
 - Για παράδειγμα: κατασκευή προϊόντων με συσκευασία που βελτιώνει την αντοχή τους.
- **Καινοτομία στον εμπορικό χώρο.**
 - Αλλαγές σε συσκευασίες και σχέδια προϊόντων με σκοπό την δημιουργία επιτυχημένων προϊόντων και την επιβίωση των εμπορικών σημάτων
 - Για παράδειγμα: δημιουργία εντυπωσιακών βιτρινών καταστημάτων, συνδυασμός χρωμάτων, αρωμάτων, φωτισμού για να τραβήξει την προσοχή του κοινού.

- **Καινοτομία από την άποψη της οργάνωσης.**

- μέσω του σχεδιασμού του ίδιου του οργανισμού, των καθηκόντων και των εσωτερικών και εξωτερικών σχέσεων με την εταιρεία.
- Για παράδειγμα: συμπεριλάβετε νέο λογισμικό για την υποστήριξη της διαχείρισης επιχειρήσεων, νέους τρόπους επικοινωνίας με πελάτες μέσω εφαρμογών, εξατομικευμένων μηνυμάτων ηλεκτρονικού ταχυδρομείου.

- **Καινοτομία στην τεχνολογία.**

- μέσω της χρήσης τεχνικών κατασκευής προϊόντων, μηχανημάτων ή εργαλείων που προσθέτουν αξία στο προϊόν και αποκτούν νέα αποτελέσματα.
- Για παράδειγμα: χρησιμοποιήστε τεχνητή νοημοσύνη για να αναπτύξετε και να βελτιώσετε τα υπάρχοντα προϊόντα.

- Είναι βασικό να έχετε καλές ιδέες ως βάση, αλλά τότε πρέπει να ξέρετε πώς να μεταφέρετε αυτές τις ιδέες στο κοινό σε μορφή προϊόντος,
- σε διαφημιστικά ή
- εμπορικά θέματα.

Εξαγωγές

Γιατί να εξάγουμε;

- Προϊόν με ανταγωνιστικό πλεονέκτημα / USP
- Εγχώρια αγορά κορεσμένη / αδρανής
- Οι εξαγωγές παρέχουν αύξηση πωλήσεων παρέχοντας αποδοτικότητα στο κόστος παραγωγής
- Εποχιακός κύκλος ζωής προϊόντος, εξαγωγή σε αντίθετο ημισφαίριο
- Εκκαθάριση παλαιότερων SKU - κάποιες ξένες αγορές έχουν πιο αργές αλλαγές τάσεων
- Οι ξένες αγορές έχουν υψηλότερη αξία και δίνουν αξία για προϊόντα λόγω προέλευσης (τζιν ΗΠΑ, ελβετικά ρολόγια κλπ.)
- Τα προφίλ των καταναλωτών στις αναδυόμενες αγορές ενδέχεται να ταιριάζουν με τον καταναλωτή-στόχο σας
- Η ξένη αγορά έχει υψηλότερη προβλεπόμενη ζήτηση

Για τι είδους δέσμευση μιλάμε;

- Δέσμευση για εξαγωγή από τη Διοίκηση
- Δέσμευση για επενδύσεις στις εξαγωγές (κεφάλαιο και ανθρώπινο δυναμικό)
- Δέσμευση για υπομονή, ευελιξία και επιμονή
- Δέσμευση να επιτραπεί σε ένα άτομο να αναλάβει την πλήρη ευθύνη του έργου (Project management)
- Μια τεράστια δέσμευση στον προγραμματισμό

Προσέγγιση του πελάτη → ανάπτυξη της στρατηγικής μάρκετινγκ εξαγωγής

Κατανόηση του Export Marketing Plan

- Ένα καλό Marketing Plan πρέπει να δημιουργείται γύρω από την έρευνά σας και να απαντάει στις ακόλουθες ερωτήσεις:
 - Ποιά είναι τα χαρακτηριστικά της αγοράς-στόχου σας;
 - Πώς πλησιάζουν οι ανταγωνιστές σας την αγορά;
 - Ποιά είναι η καλύτερη στρατηγική προώθησης;
 - Πώς πρέπει να προσαρμόσετε το υπάρχον υλικό μάρκετινγκ, ή ακόμα και το προϊόν ή την υπηρεσία σας;

Τα πολλά Ps του διεθνούς μάρκετινγκ

- Συνήθως αναφέρονται ως "μείγμα μάρκετινγκ", τα τέσσερα Ps του μάρκετινγκ είναι:
 - **Προϊόν.** Ποιο είναι το προϊόν ή η υπηρεσία σας και πώς πρέπει να προσαρμοστεί στην αγορά;
 - **Τιμή.** Ποια στρατηγική τιμολόγησης θα χρησιμοποιήσετε;
 - **Προβολή.** Πώς θα ενημερώσετε τους πελάτες σας για το προϊόν ή την υπηρεσία σας;
 - **Διανομή.** Πως και πού θα παραδώσετε ή θα διανείμετε το προϊόν ή την υπηρεσία σας;

Καθορισμός τιμών

- Η στρατηγική τιμολόγηση είναι ένας από τους πιο σημαντικούς παράγοντες για την **επίτευξη οικονομικής επιτυχίας**. **Μέρος του καθορισμού μιας ρεαλιστικής τιμής εξαγωγής**, και επομένως ενός **κατάλληλου περιθωρίου κέρδους**, είναι:
 - η εξέταση του κόστους παραγωγής,
 - η εξέταση του κόστους παράδοσης
 - η εξέταση του κόστους διανομής,
 - επίπεδα τιμών ανταγωνισμού και
 - η ζήτηση της αγοράς.

Πρωώθηση

- Η **προώθηση** αναφέρεται σε οποιοδήποτε ή σε όλα τα **εργαλεία επικοινωνίας** που αναφέρονται παρακάτω, τα οποία μπορείτε να χρησιμοποιήσετε **για να πείσετε** τους ανθρώπους να αγοράσουν το προϊόν ή την υπηρεσία σας.
- **Διαφήμιση.** Επιλέξτε προσεκτικά τα μέσα που έχουν ευρεία κυκλοφορία στο κοινό-στόχο σας. Είναι καλύτερο το ραδιόφωνο ή η τηλεόραση; Ή εκτύπωση; Ή διαδικτυακή διαφήμιση; Ή κοινωνικά μέσα; Προώθηση από στόμα σε στόμα (μαρτυρίες, δείγματα κ.λπ.);
- **Πρωωθητικά υλικά.** Προσοχή στις **πολιτισμικές διαφορές**. Η μετάφραση πρέπει να γίνει από επαγγελματίες και ως προς την ορολογία και ως προς την γλώσσα.
- **Απευθείας αλληλογραφία.** Μια στοχευμένη καμπάνια άμεσης αλληλογραφίας μπορεί να είναι πολύ αποτελεσματική αν κάνετε την έρευνά σας και αποκτήσετε **εμπειρία** στην αγορά-στόχο σας.
- **Media.** Προετοιμάστε ένα **kit μέσων** που περιλαμβάνει το προφίλ της εταιρείας σας, νέα προϊόντα / υπηρεσίες, αξιόλογες δραστηριότητες και τυχόν άρθρα που δημοσιεύονται σχετικά με την εταιρεία σας.
- **Προσωπικές επισκέψεις.** Πολλοί πολιτισμοί **εκτιμούν την προσωπική επαφή** ως το καλύτερο μέσο προώθησης και οικοδόμησης επιχειρηματικών σχέσεων.
- **Εκθέσεις.** Η συμμετοχή σε διεθνείς εμπορικές εκθέσεις σας επιτρέπει να προωθήσετε την επιχείρησή σας, να ελέγξετε τον ανταγωνισμό και να κάνετε έρευνα αγοράς.
- **Διαδίκτυο.** Να είστε έτοιμοι να δεσμεύσετε χρόνο και χρήμα για να διατηρείτε **τον ιστότοπό σας** ενημερωμένο, χρήσιμο για τους πελάτες και να διατηρείται και σε άλλες γλώσσες. Προσοχή στις τοπικές μηχανές αναζήτησης!
- **Social Media.** Σκεφτείτε την πιο **κατάλληλη διαδικτυακή πλατφόρμα** για το κοινό και την αγορά σας. Ποιο είναι το δημογραφικό σας προφίλ και πού αυτοί, συγκεντρώνουν, επικοινωνούν και μοιράζονται πληροφορίες με επιχειρηματίες; Είναι Facebook, LinkedIn ή Twitter; Ή υπάρχουν **τοπικές πλατφόρμες** κοινωνικών μέσων που σχετίζονται με την αγορά;

Εργαλεία Marketing

- Επαγγελματικές κάρτες
- Φυλλάδια
- Events/ Δημόσιες σχέσεις
- Customer testimonial
- Άρθρα
- Video
- Ιστοσελίδα
- Social Media
- Προωθητικά υλικά διάφορα
- Χορηγίες
- Προσφορές

Σας ευχαριστώ