

marketing międzynarodowy

Marketing międzynarodowy

Przedsiębiorstwo zainteresowane działalnością zagraniczną musi przede wszystkim wybrać rynki, na które mogłoby wejść oraz segment nabywców, dla którego przeznaczony ma być produkt firmy. Podjęcie tych decyzji wymaga posiadania wielu informacji dotyczących sytuacji na wybranych rynkach zagranicznych, działań jego podmiotów oraz zachowań nabywców.

Po ich zgromadzeniu i analizie należy dokonać oceny oferty firmy, jej zasobów rzeczowych, finansowych i ludzkich oraz doświadczenia biznesowego na rynkach międzynarodowych. Dopiero w kolejnym etapie można przejść do przygotowania strategii funkcjonalnych, w tym zwłaszcza strategii marketingowej i strategii finansowania działań marketingowych. Przedsiębiorstwo musi określić ofertę wraz z jej elementami, ustalić cenę i jej warianty w zależności od formy działania na rynku zagranicznym, wybrać uczestników kanałów dystrybucji i opracować sposoby promocji produktu.

Oferta Apero Marketing obejmuje w tym obszarze głównie:

- badania marketingowe rynków zagranicznych
 - selekcję rynków zagranicznych
 - wybór formy działania na poszczególnych rynkach
 - strategie marketingowe na rynkach zagranicznych
 - międzynarodowy marketing mix
- a) politykę produktu: (standaryzacja / adaptacja produktu na poszczególnych rynkach, kształtowanie marki produktu)
- b) politykę cenową: (ustalenie cen – ujednoczenie / różnicowanie cen na rynkach zagranicznych)
- c) politykę dystrybucji: (wybór najodpowiedniejszych kanałów dystrybucji)
- d) politykę promocji: (wybór instrumentów promocji, ustalenie budżetu na promocję, określenie treści przekazów promocyjnych, realizacja i badanie efektów promocji)