

EĞİTİM İÇERİĞİ

1. Gün (17 Eylül 2020 14:00 / 17:00): Hedef Pazar Tespiti:

- Pazar araştırmasında kullanılacak teknikler.
- Pazar araştırmasında önemli bilgi kaynakları nelerdir?
- Pazar araştırması için kullanılacak sitelere üyelik uygulaması.
- Ürünlerin ithalat / ihracat istatistiklerine ulaşma uygulaması.
- Hedef pazar seçiminde trend analizi uygulaması.
- Hedef pazarlarda rakiplerin ve Türk ürünlerinin pazar payı tespiti.
- Ürünlerin istatistiklerini yorumlama uygulaması.
- Hedef pazar seçimi için ekonomik, demografik, lojistik, kültürel verilere ulaşma uygulaması.
- Ürünler için internet üzerinden yapılabilecek rekabet analizi uygulaması.
- İhracatta başarılı olunabilecek pazarların tespitinde ipuçları.
- Farklı hedef pazarların karşılaştırılmalı değerlendirilmesi uygulaması.
- 4 kriterli hedef pazar seçimi metodu.
- Seçilen hedef pazarlar için ihracat hedeflerinin oluşturulması.
- Seçilen hedef pazarları içeren Yıllık İhracat Pazarlama Planının hazırlanması.

2. Gün (18 Eylül 2020 09:30 / 12:30): Potansiyel Alıcıların Tespiti ve Satış:

- Ürünler için müşteri bulmada ticari rehberlerden faydalanma.
- Müşteri bulmada ticaret sanayi odalarından faydalanma.
- İthalat gümrük verileri konşimento verileri ile gerçek ithalatçılara ulaşma.
- Ticaret sicil kayıtları üzerinden potansiyel alıcılarına ulaşma.
- Seçilen ürünler için ihale verilerine ulaşma.
- Farklı sektördeki alıcı firmaların hazır listelerine ulaşma.
- Müşteri bulmada Ticaret Bakanlığının hizmet ve desteklerinden faydalanma.
- Elektronik pazaryerleri üzerinden yapılabilecek çalışmalar.
- Sektöre uygun fuar ve o fuarların katılımcı listelerine ulaşma uygulaması.
- Google Gelişmiş Arama aracından müşteri bulmakta faydalanma.
- Müşterilere telefon yolu ile ulaşmakta kullanılabilecek teknikler
- İngilizce firma tanıtım yazısı taslağının hazırlanması
- Müşteri İlişkileri Yönetimi (CRM) Programlarının kullanımı ve sağlayacağı faydaların örnekler ile açıklanması.