اطلاعات تجاری: چگونه می توان تعداد خریداران یک بازار را برآرود کرد؟

بازاریابی صادراتی برای شرکتهای کوچک‏ قسمت سوم‏ چگونه می‏توان تعداد خریداران یک بازار را برآورد کرد؟

پس از شناسایی کشورهایی که ظاهرا دارای بازار صادراتی مناسبی هستند،باید به بررسی خریدارانی بپردازید که‏ ممکن است به کالای شما علاقمند باشند.این فصل از کتاب به شما کمک می‏کند تا ماهیت و تعداد مشتریان بالقوهء بازارهای خارجی را که بنظرتان برای تجارت مناسب هستند بطور تقریب تخمین بزنید.پس از مطالعهء این بخش، برداشت بهتری از نحوهء شناسایی و دستیابی به خریداران خارجی خواهید داشت،و همچنین می‏توانید میزان کالایی را که با نیاز و سلیقه این خریداران هماهنگی داشته باشد ارزیابی کنید.علاوه بر اینها،قادر خواهید بود تغییراتی را که برای‏ پرفروش‏تر کردن محصول ضروری است انجام دهید.

در بررسی بازار یک کشور،باید ببینید آیا عواملی وجود دارد که روی دادوستد شما اثر معکوس داشته باشد.بهترین راه

بررسی تورم،میزان درآمد قابل خرج خانوارها و پیگیری‏ آنهاست.آشنائی با عادات خرید مشتریان بالقوهء یک بازار

به شما کمک می‏کند تا برای اجرای برخی تغییرات در محصولتان تصمیم بگیرید.در این مورد چند روش وجود دارد که در زیر به آنها اشاره می‏شود:

-کالایتان را با همان ظاهر و بسته‏بندی موجود صادر کنید، و تغییر آن را تنها در صورت نیاز مشتری انجام دهید.

-تفاوت بین محصول خودتان را با محصولات سایر رقبای‏ خارجی بررسی کنید و بعد در مورد انجام تغییرات تصمیم‏ بگیرید.

-محصول یکی از شرکتهای داخلی آن کشور را(که شبیه‏ به محصول شماست)بخرید و سپس مقایسه کنید.

-در تعیین نمایندگیهای خارجی،سعی کنید آنهایی را انتخاب نمایید که بتوانند در مورد طراحی محصول‏ و استراتژی بازاریابی به شما کمک کنند.

-محصول خود را در نمایشگاههای تجاری خارج عرضه‏ کنید و از مدیران خود بخواهید تا با گفتگو با خریداران بالقوه‏ از واکنش آنها آگاه شوند.

-کالا را مطابق با مشخصات خریدار خارجی تولید کنید- نیمی از تولیدکنندگان دنیا چنین کاری می‏کنند.

اگر تصمیم گرفتید صدور واقعی کالا را آغاز کنید،توجه‏ داشته باشید که تفاوتهای بسیار ظریفی از نظر خریداران‏ خارجی نسبت به کالای شما و کالای رقبای دیگر وجود دارد،که در وهلهء نخست ممکن است قابل پیشبینی نباشد. مثلا،مردم برخی کشورها نسبت به کالای ساخت آمریکا نظر مساعدی ندارند.برای نمونه،مردم آلمان کیفیت‏ برخی از کالاهای آمریکایی را نسبت به کالاهای ساخت‏ کشورشان پست‏تر می‏دانند.بنابراین،پیش از صدور کالا باید از خودتان بپرسید:"محصول من در نظر خریدار خارجی چه جایگاهی دارد؟"

علاوه بر اینها،صادرکننده باید موارد زیر را در نظر داشته‏ باشد:

-عادات گوناگون خرید مشتریان خارجی ممکن است‏ بر نحوهء فروش کالا تأثیر داشته باشد.در برخی‏ کشوها،خرید حبوبات و مایحتاج روزمره توسط خدمتکاران‏ خانه به طور روزانه و مقدار کم صورت می‏گیرد.

-مصرف‏کنندهء سایر کشورها ممکن است یک محصول را آنطور که در کشور شما مصرف می‏شود بکار نبرد.مثلا، در برخی کشورها،مردم همبرگر را بعنوان مکمل غذا یا نوعی‏ سالاد استفاده می‏کنند،در حالی که آمریکائیها آن را یک‏ غذای کامل می‏دانند.

-خریدار خارجی ممکن است اطلاعات و دانش کافی‏ از یک محصول نداشته باشد.برای مثال،اجاقهای‏ مایکروویو هنوز در بیشتر کشورها ناشناخته است،به همین‏ خاطر خریدار شناخت کاملی از آن ندارد.در این گونه موارد، عرضه و فروش کالا دشوار خواهد بود.

نام و تصویر برچسب برخی از کالاها می‏تواند بسیار مهم و مؤثر باشد.بنابراین صادرکننده باید بپرسد:"آیا لازم است‏ که هویت برچسب و نام کالا در بازار جدید شناسانده شود؟، آیا باید خریداران را قانع کرد که کیفیت و عملکرد این‏ محصول بهتر از آن چیزی است که تصور می‏کنند؟."

بیشتر صادرکنندگان در رشته‏های زیر فعالیت می‏کنند: کالاهای مصرفی،محصولات صنعتی،کالاهای پیچیدهء مهندسی،و خریدهای دولتی.شیوهء آشنائی با مشتریان‏ بالقوهء هریک از این محصولات در بخشهای بعدی این‏ فصل به بحث گرفته می‏شود.

شناسایی مشتریان کالاهای‏ مصرفی

بهترین راه برای بررسی بازار کالاهای مصرفی در یک‏ کشور،جمع‏آوری اطلاعات مربوط به مشتریان بالقوه و محل آنهاست.ببینید این افراد خرید خود را از کجا انجام‏ می‏دهند.اطلاعات مربوط به الگوی توزیع کالا در یک‏ کشور را می‏توان از سازمانهای انتشاراتی دولتی و نشریات‏ خصوصی بدست آورد.البته کتابهای راهنمای بازرگانی‏ کشورها نیز می‏تواند بسیار مفید باشد ولی همیشه قابل‏ اعتماد نیست.از مراکز توزیع بزرگ و کانال خرده‏فروشان‏ نیز می‏توانید کمک بگیرید.(نام و نشانی این مراکز معمولا در کتابهای راهنما وجود دارد).

یک راه دیگر برای بدست آوردن نام و نشانی‏ فروشگاههای بزرگ مکاتبه با وابسته‏های بازرگانی آن‏ کشور یا اتاقهای بازرگانی است.اگر این سازمانها نتوانند فهرست فروشگاههای بزرگ را در اختیار شما قرار دهند، منابع مناسب را به شما نشان خواهند داد.

پس از جمع‏آوری فهرست مراکز بزرگ خرده‏فروشی با آنها مکاتبه کنید.نامهء شما باید به زبان محلی نوشته شده‏ باشد و اطلاعات کافی در مورد کالا و قیمت آن نیز ضمیمه‏ باشد.مشتریان فروشگاههای بزرگ مبنای خرید خود را بر ماهیت کالا،قیمت و قابلیت دستیابی به آن قرار می‏دهند.بنابراین بدون اعلام قیمت کالا،دسترسی به این‏ خریداران بی‏فایده خواهد بود.اگر پاسخ آنها منفی باشد، می‏توانید بپرسید که آیا قیمت اعلام شده بیش از اندازه‏ بالاست و اگر چنین است قیمت پیشنهادی آنها چیست؟

چگونه می‏توان خریداران‏ کالاهای صنعتی را پیدا کرد؟

صادرکنندگان جدید که قصد دارند نیاز خریدار به‏ کالاهای صنعتی در یک بازار را ارزیابی کنند با مشکلات‏ ختلفی برای شناسایی آنها روبرو خواهند بود.برای مثال، صادرکنندگان کالاهای نسبتا تخصصی می‏توانند خریداران بالقوه به آسانی انتخاب کنند.از طرف‏ دیگر،شرکتهایی که تولیداتشان استفادهء فراگیر دارد برای‏ فروش کالای خود در یک کشور دیگر با دشواری زیاد روبرو می‏شوند.

اگر برای کسب اطلاعات مربوط به مشتریان بالقوه‏ مشکل دارید،تلاش کنید با توزیع‏کنندگان خارجی تماس‏ بگیرید.در زیر چند شیوه برای این کار ارائه می‏شود.

یکی از بهترین منابعی که می‏تواند نام و نشانی توزیع‏ کنندگان را در اختیار شما بگذارد وزارت بازرگانی کشورتان‏ است.وابسته‏های بازرگانی کشورهای خارجی و اتاقهای‏ بازرگانی نیز می‏توانند در این مورد کمک کنند.افرادی که‏ با نشریات بازرگانی،اتحادیه‏های تجاری صنایع و دفاتر سازمان بنادر در کشورهای خارجی ارتباط دارند نیز مفید هستند.

توجه:هرگاه بخواهید از یک توزیع‏کننده اطلاعاتی کسب‏ کنید،او شما را بعنوان یک مشتری احتمالی در نظر خواهد گرفت.بنابراین در برقراری تماس دقت کنید.در عین حال، بهتر است از وضعیت حقوقی توزیع‏کنندهء مزبور آگاه شوید تا اطلاعات وی موثق باشد.

اتحادیه‏های تجاری توزیع‏کنندگان ممکن است به‏ علاقهء شما در امر صادرات اهمیت بدهند و پیشنهاد کنند که‏ درخواست کمک شما را به اعضای خود منتقل کنند.اگر موافقت کردید،باید نحوهء جمله‏بندی درخواست شما بقدری دقیق باشد که این شبه را ایجاد نکند که شما در پی‏ یک نمایندهء فروش هستید.همچنین،اگر جمله‏بندی‏ "آگهی کمک‏"به دقت تنظیم شده باشد،می‏توانید مطمئن‏ شوید که پاسخها از جانب افراد درست بدستتان خواهد رسید.غالب اوقات،صادرکنندگانی که آگهی می‏کنند، فهرست‏"واردکنندگانی‏"را دریافت می‏کنند که با مصرف‏ کنندهء نهایی محصولاتشان ارتباط مستقیم ندارند.

پس از تکمیل فهرست توزیع‏کنندگان،نامه‏ای به آنها بنویسید و عقیدهء آنها را در مورد بهترین راه جذب کالای‏ شما در بازارهایشان را جویا شوید،و اینکه آیا لازم است‏ در کالا تغییراتی داده شود یا نه؟.نامهء مذبور باید به زبان‏ محلی نوشته شود و اطلاعاتی در مورد کالا و فهرستی از قیمتهای تخمینی نیز ضمیمه گردد.

مشکل عمومی

تعیین فهرست قیمت پیش از آغاز صدور کالا ممکن‏ است دشوار باشد،زیرا نمی‏توانید مطمئن باشید که آیا کالای خود را مستقیما به توزیع‏کننده می‏فروشید یا از طریق یک واردکنندهء محلی توزیع می‏کنید"بنابراین‏ بهتر است که قیمت قطعی را برای محل توزیع ذکر نکنید و تنها به ذکر قیمت کالا در بندر مبدأ بعلاوهء هزینهء تحویل‏ تخمینی آن در بندر مقصد اکتفا کنید.برای اینکه ببینید قیمت کالای شما با قیمت کالای رقبا هماهنگی دارد، فهرست قیمت آنها را بررسی کنید.

چگونه می‏توان اطلاعات مربوط به خریداران کالاهای پیچیدهء مهندسی را بدست آورد؟

کالاها و خدمات بسیار پیچیدهء مهندسی در بسیاری از نقاط جهان متقاضیان زیادی دارد.غالب تولیدکنندگان و خریداران خارجی نمی‏توانند به یکدیگر نزدیک شوند. دلیل اصلی این عدم موفقیت اینست که تولیدکنندگان و خریداران خارجی نمی‏توانند به یکدیگر نزدیک شوند. دلیل اصلی این عدم موفقیت اینست که تولیدکنندگان و فروشندگان برنامه‏های مؤثر بازاریابی و فروش در سایر کشورها ندارند.اقدام دیگری که ضروری بنظر می‏رسد اینست که نمایندگیهای فروش بتوانند روابط نزدیکی با مشتری داشته باشند،اعتماد آنها را جلب کنند،و شهرت

خوبی برای شرکت کسب کنند.

همچنین،یک شرکت باید توجه داشته باشد که‏ برنامه‏های فروش و تبلیغات خود را براساس دانش و نیاز مشتری خارجی تنظیم کند.یکی از راههایی که شرکت‏ می‏تواند اطلاعاتی راجع به مشتری بدست بیآورد اعزام‏ مدیران خود در کنوانسیونها بعنوان ناظر یا سخنران است، و یا اینکه می‏تواند سیاستی اتخاذ کند تا مسئولان فروش‏ خارجی از واکنش مشتری نسبت به کالا گزارش تهیه کنند و ارائه دهند.

تماس با خریداران دولتی

صادرکننده‏ای که معتقد است کالای او مورد نیاز یک‏ دولت خارجی است یا باید ببیند آیا آن دولت در کشور خودش‏ دفتر خرید دارد یا نه.فهرست اینگونه دفاتر را معمولا می‏توان از وزارت بازرگانی بدست آورد.این وزارتخانه‏ها، همچنین،گهگاهی نشریاتی منتشر می‏کنند که در آنها فهرست مناقصات دولتهای خارجی و قراردادهای مشابه‏ درج شده است.البته،اتاقهای بازرگانی در این مورد می‏توانند به نحو مؤثری کمک کنند.

بهترین زمان برای یک‏ سفر خارجی چه وقت است؟

معمولا بهترین موقع برای انجام یک سفر خارجی زمانی

است که با اطمینان کامل به مرحله‏ای رسیده باشید که‏ بخواهید یک نمایندهء خارجی برای عرضهء محصولاتتان‏ انتخاب کنید.در طول اقامت خود در خارج باید با مصرف‏ کنندگان نهایی کالا گفتگو کنید.بدین ترتیب،به واکنش‏ آنها نسبت به محصولتان پی می‏برید،و متوجه خواهید شد کدام یک از توزیع‏کنندگان محلی می‏توانند به بهترین نحو نیاز شرکت را برآورده کنند.

در صورتی که نمی‏توانید از محل تجارت خود دور شوید، باید در مورد فروش محصول خود در یک کشور دیگر اطلاعات کافی کسب کنید.برای مثال،اگر تصمیم دارید از نمایندگیها یا توزیع‏کنندگان خارجی استفاده کنید،آنها می‏توانند اطلاعات مربوط به نیاز مشتری به کالای شما را در بازارهایشان تهیه کنند.