

Hedef Pazar Seçimi Metodolojisi Eğitimi

DT2513

Eğitim Amacı

Katılımcıların uluslararası genişleme kararlarında duygusal veya sezgisel yaklaşımlar yerine sistematik ve bilimsel bir metodoloji kullanarak en kârlı, en az riskli ve en uygun hedef pazarları belirlemelerini sağlamaktır.

Eğitim Detayları

 Kurumsal Eğitim
 Kapalı Grup / Bire-bir
 Online  Yüz Yüze

 Eğitim Süresi: 1 Gün / 6 Saat
 Sertifika: Katılım Sertifikası
 Eğitim Takvimi: Hİ / HS

Eğitim İçeriği

Pazar Seçim Sürecine Stratejik Yaklaşım

- Hedef Pazar Seçiminin Önemi ve Uluslararası Başarıya Etkisi
- Pazar Seçiminde Başarısızlık Riskini Azaltma Yöntemleri
- Pazar Seçimi Aşamaları: Ön Eleme, Detaylı Değerlendirme ve Son Karar

Nicel (Kantitatif) Ön Eleme Metotları

- Makro Ekonomik Göstergelerle Pazar Filtrelemesi: GSYİH Büyüme Hızı, Kişi Başı Gelir, Nüfus ve Pazar Büyüklüğü
- Ulaşılabilirlik ve Lojistik Kriterleri: Mesafe, Taşıma Maliyetleri ve Lojistik Altyapı
- GTİP Verileriyle İhracat/İthalat Trendlerinin Analizi (Potansiyel Tespiti)

Nitel (Kalitatif) Detaylı Analiz Yöntemleri

- PESTLE Analizi: Politik İstikrar, Yasal Çerçeve, Teknolojik Gelişmeler ve Sosyal/Kültürel Uyum Değerlendirmesi
- Rekabet Analizi (Porter'ın 5 Gücü): Mevcut Rekabet Yoğunluğu ve Pazara Giriş Engelleri
- Tüketici Davranışı Farklılıklarının Pazara Etkisinin Ölçülmesi

Pazar Seçim Matrisleri ve Skoring

- Çekicilik-Uygunluk Matrisi (Attractiveness-Fit Matrix): Pazarların Puanlanması ve Sıralanması
- Risk Değerlendirmesinin Skoring Modelinde Kullanılması
- Ağırlıklı Puanlama Yöntemiyle (Weighted Scoring) Nihai Hedef Pazar Kümesinin Belirlenmesi

Pazara Giriş Stratejileri ve Uygulama

- Seçilen Pazar Tipine Göre En Uygun Giriş Modeli (İhracat, Lisanslama, Ortak Girişim vb.)
- Pazar Seçim Kararının Finansal Projeksiyonlara Entegre Edilmesi.

Hedef Kitle

İhracat, Uluslararası Satış, İş Geliştirme, Stratejik Planlama ve Üst Düzey Yönetim kadrolarındaki profesyonellerdir.

