

Υποστήριξη εξαγωγικών δραστηριοτήτων γαστρονομικών προϊόντων

13.10.2017



Τσαλαμπάση Λίνα, M.B.A.
C.E.O. της OECON Group

www.oecon.gr





OECON

Σύμβουλοι Επιχειρήσεων & Ανάπτυξης

Η OECON GROUP ιδρύθηκε τον Μάιο του 2003 από μια ομάδα στελεχών που έχει να επιδείξει έναν αυξημένο βαθμό τεχνογνωσίας και εμπειρίας στους κλάδους της Συμβουλευτικής στήριξης των επιχειρήσεων και οργανισμών, σε εθνικό, Ευρωπαϊκό και διεθνές επίπεδο και στην υποστήριξη εξαγωγικής δραστηριότητας ελληνικών επιχειρήσεων.

Ίδρυση

Στόχος μας είναι η παροχή Συμβουλευτικών Υπηρεσιών υψηλών προδιαγραφών, οι οποίες αντιμετωπίζουν με ιδιαίτερη προσοχή τις ανάγκες και τις ιδιαιτερότητες κάθε επιχειρηματικής κίνησης των πελατών μας.

Στόχος



Η σημασία της προώθησης

- Ο χώρος της γαστρονομίας αποτελεί έναν από τους πιο επιτυχημένους και εμπορικούς χώρους δραστηριοποίησης των εξαγωγών.
- Το ενδιαφέρον της διεθνούς αγοράς για τα γαστρονομικά προϊόντα διαφόρων χωρών αυξάνεται συνεχώς.



Η σημασία της προώθησης

- Η Ελλάδα αποτελεί μια χώρα με ευρεία ποικιλία τοπικών προϊόντων και γεύσεων.
- Τα προϊόντα αυτά κατέχουν υψηλή θέση στην προτίμηση της διεθνούς αγοράς
- Η σωστή προώθηση προϊόντων γαστρονομίας κρίνεται στην λεπτομέρεια προσέγγισης και την σωστή αντίληψη της αγοράς.



Απαραίτητα εργαλεία προώθησης



- Έρευνα αγοράς για τη ζήτηση/προσφορά του προϊόντος μας στην αγορά στόχου
- Οργάνωση B2Bs
- Οργάνωση Επιχειρηματικών Αποστολών στα Πλαίσια Εκθέσεων



Απαραίτητα εργαλεία προώθησης



- Οργάνωση Εκθεσιακών Συμμετοχών
στα Πλαίσια Εκθέσεων
- Οργάνωση Δράσεων (Δειγματισμού,
Γευσιγνωσίας κ.ο.κ. σε Στοχευμένο
Κοινό)
 - B2C
 - E-Commerce



Μεθοδολογία



- Ανάπτυξη Συνεργασιών στις χώρες προώθησης
- Τεχνική Υποστήριξη κατά την διάρκεια των Συναντήσεων, Παρουσία Συμβούλων Εξαγωγών και Διερμηνέα
- Αξιολόγηση της φερεγγυότητας των συναλλασσομένων των μελών μας.
- Καταχώριση Εμπορικών Σημάτων στη χώρα Στόχου (Branding)



Τι άλλο μπορώ να κάνω;



- Στόχευση κοινού μέσα από τα κοινωνικά δίκτυα (Facebook, Twitter, LinkedIn, YouTube)
- Επιχειρηματικές αποστολές εξοικείωσης με την γαστρονομική κουλτούρα μιας περιοχής
- Προώθηση μέσω blogs, vlogs και ιστοσελίδων γαστρονομίας με υψηλή επιρροή στην τοπική κοινότητα που στοχεύουμε.
- Συνεργασίες με μουσεία γαστρονομίας
- Καινοτομικές προσεγγίσεις προώθησης (π.χ Traditional Food trucks)

Τι αναζητώ...



- Αγορά που εκτιμά τα καλά και ποιοτικά Προϊόντα
- Αγορά που πληρώνει ακριβά για προϊόντα υψηλής ποιότητας
- Αγορά που να εκτιμάται ιδιαίτερα το Φυσικό Προϊόν

Added value:

Ανακυκλώσιμες, επαναχρησιμοποιούμενες συσκευασίες είναι επιθυμητές



Προσέχω...

- Μην πουλάς σε μια αγορά στην οποία δεν έχεις τοποθετηθεί ο ίδιος
 - Μην σπαταλάς ενέργεια *«Πουλώντας ψυγείο στους Εσκιμώους»*
- Μην προσπαθείς να σπάσεις στεγανά που υπάρχουν στην αγορά πριν από σένα



Branding...

- Είναι η διαδικασία που ακολουθείται για να δημιουργηθεί ένα μοναδικό και ξεχωριστό όνομα και εικόνα για ένα προϊόν ή υπηρεσία στο μυαλό των καταναλωτών.
- Είναι ο τρόπος με τον οποίο αντιλαμβάνεται ένας πελάτης το προϊόν ή την υπηρεσία που του παρέχεται. Αφορά όλα όσα νιώθει ένας πελάτης όταν ακούσει το όνομα – brand name – μιας εταιρείας, τι συνειρμούς κάνει, τι εικόνες και σκέψεις δημιουργούνται στο μυαλό του
- Είναι η υπόσχεση που δίνει μία εταιρεία μέσω των προϊόντων ή υπηρεσιών που παρέχει στους πελάτες της.



Made in Greece...

Επιτυχημένη Περίπτωση Μελέτης



made in

GREECE



Made in Greece...

- Είναι ένα Food Cluster.
- Δημιουργήθηκε το 2014.
- Αφορμή στάθηκε η αδυναμία που παρατηρήσαμε των μικρών Ελληνικών επιχειρήσεων και των Ελλήνων παραγωγών να προωθήσουν τα προϊόντα τους στο εξωτερικό.
- Αποτελεί ένα Umbrella Brand κάτω από τη στέγη του οποίου βρίσκονται ελληνικές επιχειρήσεις και έλληνες παραγωγοί που επιθυμούν να βγουν στις διεθνείς αγορές



ΤΙ ΚΑΤΑΦΕΡΑΜΕ

- Το Made in Greece εκπροσωπεί περισσότερες από 40 αμιγώς ελληνικές επιχειρήσεις και τα προϊόντα τους
- Βοήθησε ελληνικές επιχειρήσεις να εξάγουν για πρώτη φορά
- Βοήθησε ελληνικές επιχειρήσεις να αυξήσουν τις εξαγωγές τους
- Κατάφερε να κάνει γνωστά στην Ασιατική αγορά πολλά ελληνικά προϊόντα



Ανάπτυξη παραδείγματος Ιαπωνίας

Γενικά στοιχεία της Ιαπωνικής Αγοράς:

- Ο πληθυσμός της Ιαπωνίας από το 2015 έως και σήμερα κυμαίνεται στα **128.000.000 κατοίκους**.
- Το Τόκυο, ως πρωτεύουσα της χώρας συγκεντρώνει μία ποιοτική αγορά καταναλωτών της τάξης των **38.140.000 κατοίκων**.
- Τα χρήματα που διατίθενται στην κατανάλωση φαγητού από τους Ιάπωνες ανέρχονται στο **2^ο μεγαλύτερο ποσοστό** της ετήσιας κατανάλωσης τους.
- Η Ιαπωνία αποτελεί τον **2^ο μεγαλύτερο εισαγωγέα κρασιού** στην Ασία.
- Η Ιαπωνική αγορά είναι η **3^η μεγαλύτερη** παγκοσμίως.
- Ο **δασμός εισαγωγής** κρασιού από την Ευρώπη στην Ιαπωνία ακολουθεί ένα σταθερό **πτωτικό ρυθμό από το 15%** και αναμένεται να εξαλειφθεί εντελώς έως το 2018.



Το παράδειγμα της Ιαπωνίας

- Στην ιαπωνική αγορά τοποθετηθήκαμε οι ίδιοι ως εταιρία πριν από 5 χρόνια, το 2012.
- Ο χαρακτήρας αυτής της τοποθέτησης ήταν αναγνωριστικός, βασισμένος στο πρότυπο: «Γνωρίζω την αγορά στην οποία στοχεύω»
- 3 χρόνια αργότερα το 2015 πραγματοποιήθηκε η πρώτη προσέγγιση για άλλες εταιρίες που εκπροσωπήσαμε εκεί.
- Το 2016 και 2017 για πρώτη φορά **τα Επιμελητήρια Χανιών** και **Ρεθύμνου**, συμμετείχαν μαζί μας στην διαδικασία προσέγγισης και εκπροσώπησης εταιριών στην Ιαπωνία.



Το παράδειγμα της Ιαπωνίας

Η επιχειρηματική αποστολή στην Ιαπωνία μεταξύ άλλων περιελάμβανε:

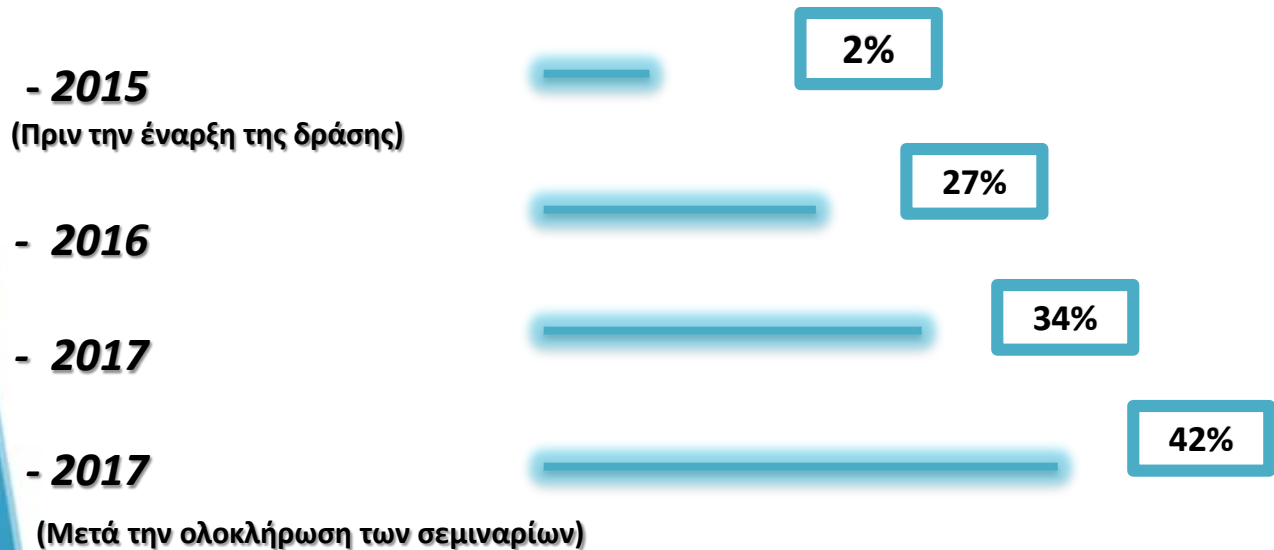
- Προκαταρτικές συναντήσεις
- Συμμετοχή σε B2B συναντήσεις και events
- Εκθεσιακές Συμμετοχές (Wine & Gourmet, Japan 2016,2017)
- Σεμινάρια ελαιολάδου
- Σεμινάρια Κρητικής Γαστρονομίας
- Follow ups



Ερευνητικά Δεδομένα

Ποια είναι η αναγνώριση των κρητικών προϊόντων στην Ιαπωνία;

Έρευνα που πραγματοποιήθηκε σε δείγμα 100 επαγγελματιών του χώρου στην Ιαπωνία ανέδειξε σταδιακή άνοδο του ποσοστού αναγνώρισης των προϊόντων από το 2015 έως και σήμερα:



Ο επόμενος στόχος...

- Στοχευμένες δράσεις κατάκτησης αναγνώρισης της αγοράς
- Οργάνωση σεμιναρίων κρητικών προϊόντων και κρητικής διατροφής
- Ομαδική Συμμετοχή σε εκθέσεις (π.χ Wine & Gourmet Japan)
- Υποβολή προγραμμάτων στην Ευρώπη για την υποστήριξη των εξαγωγών και Π.Ο.Π και Π.Γ.Ε προϊόντων.



Σας ευχαριστούμε που μας ακούσατε....
...και μην ξεχνάτε όρια δεν υπάρχουν και
πολύ περισσότερο στην Ανάπτυξη μας

Λίνα Τσαλαμπάση, OECON Group

www.oecon.gr

Στοιχεία Επικοινωνίας

Γιαννιτσών 90, 54626,

Θεσσαλονίκη, Ελλάδα

2310 256360

lina@oecon.gr



CERTIFIED M.S
ISO 9001:2008
110-3