

ULUSLARARASI PAZARLAMADA KÜRESEL PAZARIN ÖNEMİ VE POTANSİYELİ

ULUSLARARASI PAZARLAMA, ŞİRKETLERİN SINIRLARI AŞARAK FARKLI ÜLKELERDE FAALİYET GÖSTERMESİNİ, ÜRÜN VEYA HİZMETLERİNİ KÜRESEL PAZARLARDA TANITMASINI AMAÇLAYAN BİR STRATEJİDİR. CGNT YÖNETİM KURULU BAŞKANI FÜSUN FESLİ İLE KÜRESEL PAZARLAMA STRATEJİLERİNE YATIRIM YAPMANIN AVANTAJLARINI KONUŞTUK

Pınar Karahan / pınar.karahan@platinonline.com

Küresel pazarlamanın önemini ve avantajlarını özetler misiniz?

Küresel pazar, dünya genelindeki tüm ülkeleri ve tüketicileri kapsayan bir pazardır. Küresel pazarın önemi ve potansiyeli, şirketler için birçok avantajı beraberinde getirir.

Öncelikle bu avantajların başında geniş müşteri tabanını vurgulamak gerekir. Sonrasında gelir çeşitlendirmesi, inovasyon ve rekabet avantajları, ölçek ekonomileri ve iş birlikleri gibi argümanları sayabiliriz.

• Peki küresel pazarlamada geniş müşteri tabanı ne anlama geliyor?

Şirketlerin mutlaka yerel pazar sınırlamalarından kurtulmaları ve dünya genelindeki potansiyel müşterilere nasıl ulaşabileceğini planlamaları gerekir. Küresel pazar, milyonlarca potansiyel müşteriye erişim sağlar. Bu da geniş müşteri tabanı anlamına geliyor. Bir şirket, yerel pazarın sınırlamalarından kurtularak dünya genelindeki müşterilere ulaşabilir. Bu da şirketin büyüme potansiyelini artırır.

"KÜRESEL İŞ BİRLİKLERİ SİNERJİ YARATIR"

• Küresel pazarlamada gelir çeşitlendirmesinden bahseder misiniz?

Sadece yerel pazarlara bağımlı olmak, şirketlerin risklerini artırabilir. Bu açıdan bakıldığında küresel pazarlarda faaliyet göstermek, şirketlere gelir kaynaklarını çeşitlendirme imkanı sunar. Bir pazardaki durgunluk veya kriz durumunda, diğer pazarlardaki faaliyet gösterilmesi, şirketin ayakta kalmasını sağlayabilir.

• İnovasyon ve rekabet avantajı nasıl sağlanır?

Küresel pazarlar, farklı kültürlerden gelen tüketicilerin değişen ihtiyaçlarını ve taleplerini yansıtır. Bu da şirketlerin ürün veya hizmetlerini yenilikçi bir şekilde geliştirmesini teşvik eder. Küresel pazarda rekabet edebilmek için yenilikçi bir vizyona sahip olunmalı ve müşteri odaklı çözümler sunmaya yönelik inovatif bir bakış açısı geliştirilmeli.



CGNT YÖNETİM KURULU BAŞKANI FÜSUN FESLİ

"KÜRESEL PAZARDA REKABET EDEBİLMEK İÇİN SÜREKLİ OLARAK YENİLİKÇİ OLMAK VE MÜŞTERİ ODAKLI ÇÖZÜMLER SUNMAK GEREKİYOR"

• Ölçek ekonomileri ve küreselleşme açısından tavsiyeleriniz neler?

Küresel pazarlarda faaliyet göstermek, ölçek ekonomilerinden faydalanmayı sağlar. Üretim, satın alma ve dağıtım gibi işlemlerde daha büyük hacimlerde işlem yapmak, maliyetleri düşürebilir ve şirketlerin kâr marjlarını artırabilir.

• İş birlikleri konusunda şirketler küresel pazarda hangi adımları atmalı?

Küresel iş birlikleri ve ortaklıklar, farklı ülkelerdeki şirketlerle iş birliği yapma ve stratejik ortaklıklar kurma fırsatı sunar. Bu tür iş birlikleri, şirketlerin pazarlama, dağıtım ve Ar-Ge faaliyetlerinde sinerji yaratmalarına katkı sağlar.