

ÚTLÍNUR

- ADALLÍNA
- HRADLÍNA
- Áfangar Adallínu
- Sameiginlegir áfangar

ÁFANGARNIR

- Áætlanagerð
- Val á markaði
- Markaðsskönnun
- Stefnumótun
- Markaðsgreining



ÁÆTLANAGERÐ

Farið er yfir mikilvægi áætlunargerðar í rekstri fyrirtækja, innihald áætlana og uppbyggingu. Tilgangur markaðs- og útflutningsáætlana er útskýrður og hvernig best er að hefjast handa við gerð þeirra. Lagður er grunnur að þeim áföngum sem fylgja í kjölfarið.



VAL Á MARKAÐI

Góð upplýsingaöflun og úrvinnsla gagna getur skipt sköpum um hvernig tekst til við markaðssetningu og sparað fyrirtækjum bæði tíma og fjármuni. Í upphafi eru mismunandi leiðir inn á markaði skoðaðar og einföld aðferðarfræði við að velja vænlegasta markaðinn kennnd. Farið er yfir hvaða upplýsingar þurfa að vera til staðar þegar taka á ákvörðun um á hvaða markað skal miðað og hvar þær er að finna.



MARKAÐSSKÖNNUN

Eftir að markaður hefur verið valinn er mikilvægt að sannreyna hvort hann sé eins álitlegur og virðist í fyrstu. Í þessum áfanga vinna þátttakendur með erlendu ráðgjafafyrirtæki sem gerir markaðsskönnun á viðkomandi markaði. Fær hver og einn u.þ.b. tveggja blaðsíðna skýrslu þar sem farið er yfir helstu hindranir og tækifæri á markaðnum ásamt tillögu að innngönguleið.



STEFNUMÓTUN

Farið er yfir helstu hugtök og aðferðir stefnumiðarar stjórnunar sem er mikilvægt að þekkja til að fyrirtæki nái betri árangri í sínum rekstri. Einnig er farið yfir mikilvægi markmiðasetningar og bent á einfaldar leiðir til að auka líkur á árangursríkri innleiðingu markaðsstefnu fyrirtækja.



MARKAÐSGREINING

Í þessum áfanga er markaðsumhverfi fyrirtækja skoðað og metið með þar til gerðum greiningartölum. Með markaðsumhverfi er átt við alla aðila eða öfl sem hafa áhrif á tilraunir fyrirtækis til að tala til og fullnægja þörfum viðskiptavina sinna. Greining á innra og ytra markaðsumhverfi fyrirtækja leggur grunninn að öllum ákvörðunum sem markaðsáætlanir byggja á.



Samkeppnisgreining

Markhópagreining

Markaðsmiðun og staðfærsla

Samsetning markaðsráða

Innleiðing og eftirfylgni



INNLEIÐING OG EFTIRFYLGNI

Í þessum síðasta áfanga eru markaðs- og/eða útflutningsáætlanir fínþúsáðar. Aðgerðaáætlun til næstu 12-18 mánaða er sett niður á blað þar sem skilgreindir eru ákveðnar aðgerðir, tímasett hvenær farið verður í hverja aðgerð og hver er ábyrgðaraðili. Tekin er ákvörðun um hvenær sé best að hefja markaðssetningu inn á valinn markað með því að setja upp fundi erlendis til að finna mögulegan samstarfsaðila.



SAMSETNING MARKAÐSRÁÐA

Byrjað er á því að skilgreina nákvæmlega hvaða vöru eða þjónustu fyrirtækið býður upp á, vörumerki þess og hvernig nýjar vörur verða til. Þá eru skoðaðar aðferðir við verðlagningu vöru, svo að markhópnum finnist hún eftirsóknarverð og að sala skapi fyrirtækinu hagnað. Farið er yfir leiðir til að koma vöru frá framleiðanda til endanlegra neytenda í gegnum milliði með hagkvæmum hætti. Einnig er farið yfir þá miðla og aðferðir sem fyrirtæki geta nýtt sér til að kynna fyrirtæki og vörur á markaði.



MARKAÐSMIÐUN OG STAÐFÆRSLA

Í kjölfar markhópagreiningar ákveða fyrirtæki hvaða aðferðum þau beita gagnvart sínum markhópum, mögulegri aðgreiningu á markaði og staðfærslu fyrirtækis/vöru í huga neytenda. Með aðgreiningu má sem dæmi mögulega byggja upp samkeppnisforskot, og það jafnvel varanlegt, ef eðli aðgreiningarinnar er af þeim toga.



MARKHÓPAGREINING

Fyrirtæki sem hyggja á útflutning átta sig oft snemma á því í undirbúningserlinu að erftitt getur reynst að ætla að þjóna öllum aðilum á markaði með sömu vöru eða þjónustu. Þarf því að beita markaðshlutun, þar sem heildarmarkaði er skipt upp í minni markaðseiningar, sem auðveldar fyrirtækjum að sinna markaðinum. Þessar markaðseiningar eru síðan skoðaðar nánar og kostir þeirra og gallar metnir.



SAMKEPPNISGREINING

Samkeppnisgreining felur í sér heildarúttekt á markaðnum sem fyrirtæki starfar á þar sem skoðaðir eru allir aðilar sem teljast til samkeppnisaðila. Sérstaklega er skoðað hvernig samkeppnisumhverfið er uppbyggt, hverjir tilheyra því, hver mörk þess eru, hvernig mismunandi samkeppnisaðilar hegða sér innan þess og hvernig ná má forskoti.

