



تاق مشترک بازرگانی ایران و یونان  
شریک تجار شما در یونان

۰۹۹۲۸۹۶۰۲۲۶



۰۲۱-۶۶۹۰۹۵۱۲



info@igccim.com



# روند صادرات محصول به یونان

## بخش پنجم: روش نفوذ به بازارهای خارجی

منبع: سازمان توسعه تجارت و سرمایه گذاری یونان



زمانی که شرکت "بهترین" بازار را برای صادرات محصولات خود انتخاب کرد، تصمیم بعدی شامل روش نفوذ به بازار هدف است. عواملی که برای اتخاذ این تصمیم باید در نظر گرفته شود به شرح زیر است:



- مزیت های رقابتی محصولات در بازارهای خارجی و
- خطرات احتمالی آن
- پویایی مالی شرکت
- محدودیت ها و موانعی که ممکن است شرکت در
- طول این پروسه با آن مواجه شود
- نوع محصول یا خدماتی که قرار است صادر شود
- ویژگی های خاص هر بازار



به طور کلی روش های معرفی یک محصول به بازار خارجی را می توان به صورت زیر در نظر گرفت:

- صادرات مستقیم

- صادرات از طریق شخص ثالث

- مشارکت با شرکت های داخلی یا خارجی

صادرات مستقیم شامل فروش مستقیم محصولات از شرکت به مشتری نهایی است. از مزایای اصلی این روش می توان به تامین حاشیه سود بیشتر به دلیل عدم وجود واسطه، امکان تعیین قیمت کمتر و ارتباط مستقیم و شناخت مشتریان نهایی شرکت اشاره کرد.



معایبی نیز وجود دارد، از جمله اینکه شرکت باید دانش بسیار خوبی از بازار داشته باشد و دید محصول و شرکت به آرامی واضح تر شود.





# اتفاق مشترک بازرگانی ایران و یونان

نشانی: تهران-میدان هفت تیر - خیابان بهار شمالی - خیابان

بهارمستیان - پلاک ۴۷ - واحد ۱ کد پستی: ۱۵۷۳۷۱۸۹۵۱

تلفن: ۶۶۹۰۹۵۱۲ (۰۲۱) ۶۶۹۰۹۵۱۳ (۰۲۱) فکس: ۶۶۹۰۰۲۳۰ (۰۲۱)

وبسایت: [www.igccim.com](http://www.igccim.com)

ایمیل: [info@igccim.com](mailto:info@igccim.com)