

5 Φεβρουαρίου 2015

Εξαγωγές οίνων: η προσαρμογή στην κάθε αγορά, το πρώτο κλειδί για την επιτυχία

Οι εξαγωγές δεν είναι πλέον πραγματικά μια στρατηγική επιλογή, αλλά αναγκαιότητα για τις επιχειρήσεις οίνου. Με δεδομένη τη μείωση της κατανάλωσης των εγχώριων αγορών

των παραγωγών χωρών οίνου, ο υπεύθυνος του αγροτοδιατροφικού τομέα της Credit Agricole παρουσίασε μια μελέτη σχετικά με τους παράγοντες απόδοσης των εξαγωγών. Για να εκτιμηθεί η εξαγωγική επίδοση μιας εξαγωγικής επιχείρησης, οι αναλυτές ρώτησαν τους συμμετέχοντες στην έρευνα να εκτιμήσουν το περιθώριο και το κόστος των εξαγωγικών δραστηριοτήτων τους.

Το αποτέλεσμα της μελέτης, δίνει βαρύτητα στις στρατηγικές κατευθύνσεις που υιοθετούνται για εξαγωγικές επιδόσεις μεταξύ των εξαγωγέων. Η προσαρμογή των προϊόντων στην αγορά είναι ο σημαντικότερος παράγοντας επιτυχίας (αλλαγή ονόματος, συσκευασία ...), περισσότερο από την παραδοσιακή στρατηγική: η εταιρεία πρέπει να αναζητά αγορά και καταναλωτές που ταιριάζουν τα κρασιά της, από την άποψη των οργανοληπτικών χαρακτηριστικών και την τιμή. Οι ερωτηθέντες κάνουν επίσης αναφορά στην αναλογία τιμής / ποιότητας ως πρώτο μέλημά τους, ώστε να διατηρήσουν την ανταγωνιστικότητα. «Πολλοί πιστεύουν ότι μια στρατηγική βασισμένη στο εμπορικό σήμα, είναι προτιμότερη σε σχέση με το *terroir*. Ο συνδυασμός όμως των δύο θεωρείται ως μόχλευση για επιτυχία διεθνώς. Για να ξεπεραστεί «η απουσία εμπορικού σήματος» η γκάμα προϊόντων δίνει τη δυνατότητα στην εταιρεία να είναι πιο αποτελεσματική από ό, τι είναι με μια μοναδική αναφορά.

Η μελέτη δείχνει επίσης ότι η επιλογή των αγορών με βάση την αντίδρασή τους και όχι βάση προβλέψεων και proactive ενεργειών βάσει δηλαδή ανάλυσης των οικονομικών τους στοιχείων, είναι αποτελεσματικότερη. Να σημειωθεί ότι αν και η Ευρωπαϊκή Ένωση είναι μια βασική αγορά (83% των ερωτηθέντων τοποθέτησε μια ευρωπαϊκή χώρα ανάμεσα στους τρεις κορυφαίους προορισμούς τους), οι επενδύσεις κατευθύνονται τώρα στη Βόρεια Αμερική και την Ασία.

