

Checklista: Ekspansja na nowe rynki zbytu

	Data / termin do wykonania	zadanie
		Analiza rynku docelowego
<input type="checkbox"/>		Przeprowadź dokładną analizę wielkości rynku docelowego, tempa wzrostu i potencjału.
<input type="checkbox"/>		Zidentyfikuj grupę docelową, jej potrzeby, preferencje i nawyki zakupowe.
<input type="checkbox"/>		Przeanalizuj konkurencję na nowym rynku, w tym jej udział w rynku i strategię (w tym też kanały zbytu).
<input type="checkbox"/>		Sprawdź otoczenie regulacyjne rynku, w tym wszelkie wątki prawne i kulturowe, które przede wszystkim mają wpływ na sprzedaż twojego produktu / usługi.
<input type="checkbox"/>		Oceń warunki ekonomiczne i trendy na nowym rynku.
		Analiza produktu/usługi
<input type="checkbox"/>		Oceń przydatność Twojego obecnego produktu/usługi na nowym rynku.
<input type="checkbox"/>		Określ wszelkie niezbędne modyfikacje lub adaptacje twojego produktu / usługi potrzebne do zastosowania na nowym rynku.
<input type="checkbox"/>		Przeanalizuj strategię cenową i jej konkurencyjność na rynku docelowym.
<input type="checkbox"/>		Oceń kanały dystrybucji i logistykę, które są wymagane na nowym rynku.
<input type="checkbox"/>		Poinformuj się jak wygląda sytuacja z własnością intelektualną lub patentami na danym rynku.
		Analiza klienta
<input type="checkbox"/>		Zidentyfikuj dane demograficzne, psychograficzne i zachowania klientów docelowych.
<input type="checkbox"/>		Przeanalizuj gotowość klienta do zapłaty za produkt/usługę na nowym rynku.
<input type="checkbox"/>		Przeanalizuj potencjalny wskaźnik lojalności i utrzymania klientów na rynku docelowym.

	Data / termin do wykonania	zadanie
<input type="checkbox"/>		Przeprowadzaj badania ankietowe, wywiady itp., aby zebrać opinie klientów, na podstawie których możesz wyciągnąć odpowiednie wnioski.
<input type="checkbox"/>		Oceń koszt pozyskania klienta i potencjalną wartość utrzymania tego klienta.
		Marketing i promocja
<input type="checkbox"/>		Opracuj kompleksową strategię marketingową dotyczącą nowej ekspansji rynkowej.
<input type="checkbox"/>		Określ najskuteczniejsze kanały marketingowe umożliwiające dotarcie do grupy docelowej (social media, gazety/czasopisma, TV itd.).
<input type="checkbox"/>		Przeanalizuj budżet marketingowy wymagany dla nowego rynku.
<input type="checkbox"/>		Identyfikacja kluczowych działań promocyjnych i kampanii na nowym rynku.
<input type="checkbox"/>		Oceń skuteczność strategii marketingu cyfrowego dla nowego rynku.
		Sprzedaż i dystrybucja
<input type="checkbox"/>		Określ strategię i kanały sprzedaży potrzebne na nowym rynku.
<input type="checkbox"/>		Zidentyfikuj potencjalnych partnerów, dystrybutorów lub sprzedawców detalicznych na nowym rynku.
<input type="checkbox"/>		Przeanalizuj wymagania logistyczne i inne. np. opakowania.
<input type="checkbox"/>		Oceń skalowalność procesu sprzedaży i dystrybucji.
<input type="checkbox"/>		Określ prognozę sprzedaży i ustal realistyczne cele dla zbytu na nowym rynku.
		Analiza finansowa
<input type="checkbox"/>		Przeprowadź analizę kosztów wejścia na nowy rynek.
<input type="checkbox"/>		Określ strategię cenową i rentowność na nowym rynku.
<input type="checkbox"/>		Oceń potencjalny zwrot z inwestycji (ROI) na nowym rynku.

	Data / termin do wykonania	zadanie
<input type="checkbox"/>		Przeanalizuj ryzyko finansowe i potencjalne nieprzewidziane zdarzenia na nowym rynku.
<input type="checkbox"/>		Opracuj prognozę finansową dla ekspansji rynkowej.
		Ryzyka i nieprzewidziane zdarzenia
<input type="checkbox"/>		Zidentyfikuj potencjalne ryzyko, wyzwania i przeszkody na nowym rynku.
<input type="checkbox"/>		Opracuj plany awaryjne działalności w celu ograniczenia zagrożenia biznesowego (np. utrata kluczowego klienta, pojawienie się nowej konkurencji, nowej ustawy).
<input type="checkbox"/>		Oceń stabilność polityczną, gospodarczą i społeczną nowego rynku.
<input type="checkbox"/>		Sprawdź wszelkie bariery prawne lub handlowe, które mogą mieć wpływ na ekspansję twojej firmy.
<input type="checkbox"/>		Oceń potencjalny wpływ wahań kursów walut na biznes.
		Plan wdrożenia
<input type="checkbox"/>		Opracuj szczegółowy harmonogram realizacji planu ekspansji rynkowej.
<input type="checkbox"/>		Zidentyfikuj członków zespołu, odpowiedzialnych za ekspansję, przypisz im obowiązki i role,
<input type="checkbox"/>		Określ niezbędne zasoby, budżet i wymaganą infrastrukturę (czy potrzebne jest biuro, magazyn?)
<input type="checkbox"/>		Ustal kluczowe wskaźniki wydajności (KPI) umożliwiające pomiar postępu.
<input type="checkbox"/>		Regularnie monitoruj i przeglądaj plan wdrożenia pod kątem dostosowań.
		Pamiętaj, że ta lista kontrolna jest ogólnym przewodnikiem, a szczegółowe wymagania mogą się różnić w zależności od charakteru Twojej firmy, jej oferty i rynku docelowego.
		Wszelkie prawa zastrzeżone. Copyright: Daria Mak-Walther, DAMA Project Management CEE + DACH www.dama-moe.de