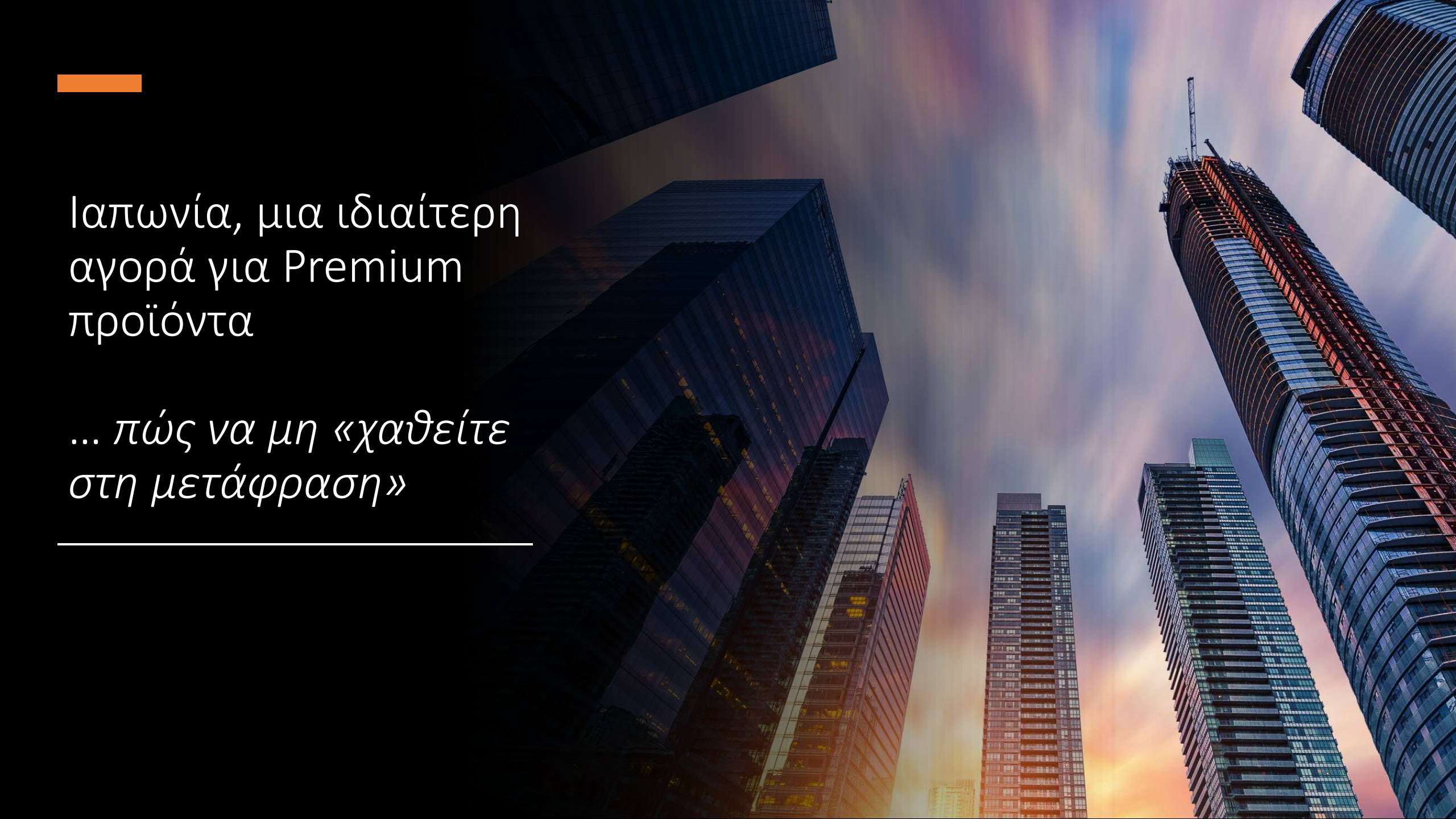


A low-angle, upward-looking photograph of several modern skyscrapers with glass facades. The buildings are silhouetted against a dramatic sky with soft, colorful clouds in shades of orange, pink, and blue, suggesting a sunset or sunrise. The perspective creates a sense of height and architectural grandeur.

Ιαπωνία, μια ιδιαίτερη
αγορά για Premium
προϊόντα

*... πώς να μη «χαθείτε
στη μετάφραση»*



Η «Ανάγνωση» μιας αγοράς, είναι μια απαιτητική διαδικασία, αν και πολύ ενδιαφέρουσα. Προφανώς το εύκολο είναι να πας σε κάτι οικείο και γνώριμο, καθώς αυτό που γνωρίζουμε, το προσεγγίζουμε ευκολότερα και πιθανά με λιγότερη επένδυση σε χρόνο και πόρους. Η έκφραση «κατάφερε να πουλήσει σαγιονάρες σε Εσκιμώους», αναδεικνύει την αξία της φαινομενικά παράδοξης επιλογής, εξαιτίας της ικανότητας του πωλητή να «διαβάσει» σωστά και σε βάθος τον πελάτη του.

Στη δική μας περίπτωση, αντίστοιχα, ήταν μια παράδοξη επιλογή αγοράς- στόχου, η Ιαπωνία.





Υπήρξε αρχικά προσωπική γνωριμία που γέννησε αγάπη και θαυμασμό για αυτόν το λαό, που οδήγησε σε σχολαστική μελέτη και απόκτηση γνώσης για τη φιλοσοφία, τις γαστρονομικές συνήθειες και ποιοτικές προτιμήσεις του Ιαπωνικού λαού, την επιχειρηματική κουλτούρα και το εκεί εμπορικό και νομοθετικό περιβάλλον.





Οι δυσκολίες -προφανείς και μη- όπως:
η γεωγραφική και γλωσσική απόσταση,
η διάρθρωση της αγοράς,
οι τελωνειακοί περιορισμοί,
η διαφορετική νομοθετική και κανονιστική λειτουργία που
διέπει το εμπόριο ευπαθών τροφίμων
είναι παράγοντες που δημιουργούν καθυστερήσεις, εμπόδια
και ανεβάζουν το κόστος και το χρόνο κάθε επένδυσης που
θα χρειαστεί για τη διείσδυση σε αυτήν την αγορά.

Αν κάποιος στοχεύει σε μία γρήγορη είσοδο και με μικρό
κόστος, τότε σίγουρα η Ιαπωνία δεν είναι η αγορά που θα
πρέπει να απευθυνθεί.



Όμως, αν καταφέρεις να μπεις
σε μια τόσο απαιτητική και με
υψηλότερες προδιαγραφές και
απαιτήσεις αγορά, τότε αυτό
είναι αρχικά μεγάλο σεμινάριο
που θα σε έχει εκπαιδεύσει για
κάθε δύσκολη αγορά,
και ταυτόχρονα η «κάρτα
διαπιστευτηρίων» σου.

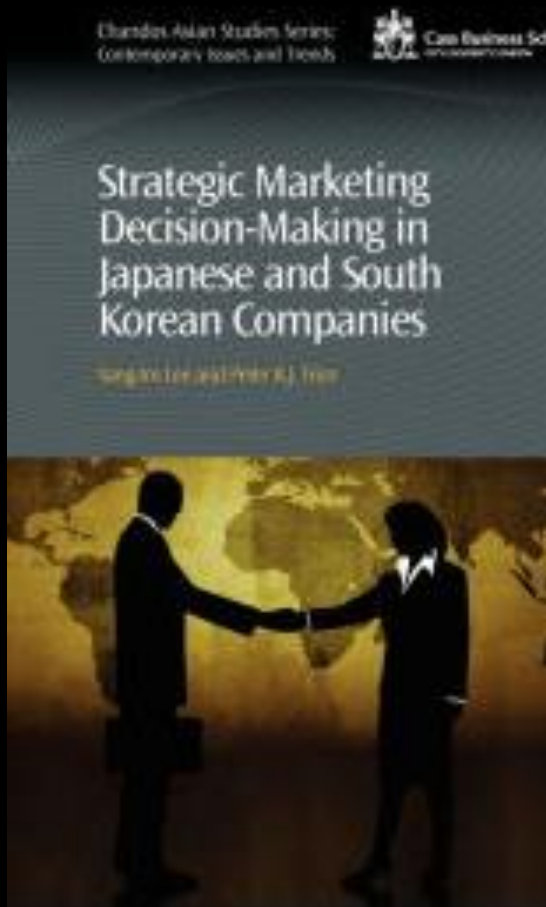


Επειδή, η Ιαπωνία είναι και: Μία αγορά που το 90% της διατροφής τους στηρίζεται σε ψάρια και θαλασσινά προϊόντα.

Μία αγορά που έχει εκπαιδευμένο και **απαιτητικό καταναλωτή**, ο οποίος απαιτεί **σταθερότητα** και **υψηλή ποιότητα**. Που κατανοεί και επιζητά την υπόσχεση του **BRAND**. Που αναγνωρίζει τη σχέση **ποιότητας – τιμής** και γνωρίζει ότι αυτή συνδέεται με τη σταθερότητα. Που δεν παζαρεύει για χαμηλότερη τιμή, όταν αναγνωρίζει την **ποιοτική υπεροχή** ενός προϊόντος, ή μιας υπηρεσίας. Που έχει **υψηλό κατά κεφαλήν εισόδημα**. Και που τέλος, αν αποδειχθεί σε βάθος χρόνου ότι το προϊόν είναι πάντα σταθερά ποιοτικό και πραγματοποιεί τις υποσχέσεις του, τότε ο

πελάτης εμπιστεύεται για μια ζωή το προϊόν και τη μπράντα.





Με έρευνα αγοράς δευτερογενή και πρωτογενή, που οδήγησε στο σχεδιασμό της στρατηγικής μας με 10ετή σχεδιασμό και σημαντική επένδυση, κατορθώσαμε να κτίσουμε τη μπράντα μας, να δημιουργήσουμε τη σύνδεση με την Ιαπωνική αγορά και να βρούμε ένα «σπίτι» για τα προϊόντα μας σε μια χώρα μακρινή, αλλά τελικά τόσο κοντά σε εμάς, από πολλές απόψεις.



Σας ευχαριστώ!

"ARIGATO GOZAIMASU"
ありがとうございました

ΑΠΟ ΤΟ 1856

— Trikalinos —

ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΟ

ΑΥΓΟΤΑΡΑΧΟ

Premium Quality Grey Mullet Bottarga

