



جمهوری اسلامی ایران
وزارت امور خارجه

شماره : ۹۹۵۰/۲۸۶/۱۸۹۱۲۳

تاریخ : ۱۳۹۶/۱۱/۱۵

پیوست : دارد

نماینده‌گی وزارت امور خارجه در شمال و شرق کشور - مشهد

بسمه تعالی

ریاست محترم سازمان صنعت ، معدن و تجارت خراسان رضوی

موضوع: ارسال پرسشنامه تکمیل شده بازاریابی چای

با سلام؛

احتراماً به پیوست تصویر پرسشنامه تکمیل شده مربوط به بازاریابی چای واصله از سفارت جمهوری اسلامی ایران در عشق آباد جهت ملاحظه ارسال می گردد. خواهشمند است دستور فرمائید نسبت به ارسال آن به مراجع ذیربط اقدام واز نتیجه این نمایندگی را مطلع نمایند.

غلامعباس ارباب خالص
مشاور وزیر و رئیس نمایندگی

مدیرکل محترم هماهنگی اموراتصادی استانداری خراسان رضوی

ریاست محترم اتاق بازرگانی ، صنایع، معادن و کشاورزی خراسان رضوی

۸۰۴۶

ریاست محترم اتحادیه صادرکنندگان صدور خدمات فنی و مهندسی خراسان رضوی

ریاست محترم انجمن مدیران صنایع خراسان رضوی

دفتر هماهنگی و راهبرد امور اقتصادی

اداره کل اوراسیا

سفارت جمهوری اسلامی ایران - عشق آباد

سرکنسولگری جمهوری اسلامی ایران - مرو

۱) آیا در آن بازار چای مصرف دارد؟ بله

۲) مصرف چای در آن بازار به چه مقدار است؟ (مصرف سالانه). حدود ۱۱,۵ میلیون دلار در سال ۲۰۱۶ انواع چای وارد شده است

۳) سه نوشیدنی گرمی که بیشترین مصرف را در بازار دارند را نام ببرید. چای، نسکافه، قهوه

۴) چند برندی از محصول چای که بیشترین مصرف را در آن بازار دارند را نام ببرید.

BETA,AHMAD,ALOKOZAY,LIPTON,SHERE

۵) این برندها به چه شکلی وارد آن بازار می شوند. (صادرات مستقیم-صادرات غیر مستقیم-تولید مشترک) به صورت واردات مستقیم

۶) چای مصرفی در آن بازار از نظر کیفیت در چه سطحی می باشد؟ (خوب-متوسط-پایین) خوب

۷) قیمت چای های پر مصرف در چه سطحی می باشد؟ (بالا-متوسط-پایین) متوسط

چای احمد ۱۰۰ گرمی سیاه و سبز ۷,۳۰ (هفت منات و سی تنگه)

چای سیاه SHERE ۱۰۰ گرمی ۶,۴۰ (شش منات و چهل تنگه)

ارزش بانکی هر دلار ۳,۵ منات می باشد-

در بازار آزاد حدود ۱۱ منات

۸) بسته بندی در آن بازار چقدر اهمیت دارد؟ بسته بندی از اهمیت بالایی برخوردار است.

۹) چای وارداتی با نام کشور مبدا فروش می روند یا با نام کشور مقصد؟ حدود ۹۵ درصد به نام کشور مبدا به فروش می رسد.

۱۰) ساختار توزیع در آن بازار چگونه است؟ شرکتهای عمده وارد کننده چای و توزیع توسط شرکتهای واسطه

۱۱) کدام یک از موارد زیر نقش مهم تری در توزیع چای دارند؟ (عمده فروش-خرده فروش-دلال یا واسطه)

عمده فروش ها و شرکتهای توزیع-خرده فروش

۱۲) کدام شیوه های تبلیغاتی و ترفیعاتی برای محصول چای در آن بازار بیشتر مورد استفاده قرار می گیرد؟ (رادیو و تلویزیون-روزنامه و مجله-بیلبورد شهری-تخفیفات فروش-هدایا و جایزه-دیگر موارد) روزنامه و مجله

۱۳) استفاده از رسانه های اجتماعی در فروش چای در آن بازار چقدر نقش دارد؟ کم رنگ است

۱۴) آیا مردم در آن بازار برای تبلیغات و خرید از این رسانه ها استفاده می کنند؟ روزنامه ها - مجله ها و سیستم های مجازی

۱۵) بیشترین فعالیتی که در فروش چای ایرانی در آن بازار می تواند کمک کند چیست؟ عرضه در نمایشگاه های اختصاصی

۱۶) به ترتیب اولویت کدام نوع از چای در آن بازار مصرف بیشتری دارد؟

چای سیاه ۲

چای سبز ۱

چای میوه ای -

چای طعم دار ۴

چای کیسه ای ۳

۱) برای اینکه بازار هدف خود را انتخاب کنید، چه متغیر هایی را جهت تصمیم گیری ملاک قرار می دهید؟ هر دو مورد

محقق این موارد را پیشنهاد می دهد. اگر موارد دیگری دارید بفرمایید.

۱- میزان مصرف چای در آن کشور

۲- میزان مصرف محصولات جایگزین

موارد دیگر:

۲) وقتی بازار هدف را انتخاب کردید، برای اینکه استراتژی های صادراتی در آن بازار را تعیین نمایید از چه متغیر هایی استفاده می کنید؟

بررسی بازار هدف (عوامل محیطی)

۳) برای اینکه بازار هدف را از حیث عوامل محیطی شناسایی کنید چه متغیر هایی را در نظر خواهید گرفت؟ هر سه مورد

محقق این موارد را پیشنهاد می دهد. اگر موارد دیگری دارید بفرمایید.

۱- شناسایی متغیر های محیطی بازار

۲- شناسایی رقبا

۳- شناسایی مصرف کنندگان چای

موارد دیگر:

۴) متغیرهای تصمیم گیری (عوامل داخلی شرکت) باید دارای چه متغیرهایی باشند؟

شایستگی های شرکت (تولید، بازاریابی، اطلاعاتی، مالی)

محقق این موارد را پیشنهاد می دهد. اگر موارد دیگری دارید بفرمایید.

۱- شایستگی های شرکت (تولید، بازاریابی، اطلاعاتی، مالی)

۲- تجربه مدیریتی

۳- منابع تکنولوژی

موارد دیگر

مورد اول از اهمیت بالایی برخوردار است.

۵) برای طراحی استراتژی های بازاریابی چه عناصری را در نظر خواهید گرفت؟

۱- انتخاب راه کارهای مناسب ورود

۲- استراتژی های محصول

۳- استراتژی های قیمت

۴- استراتژی های توزیع

۵- استراتژی های ترفیع

۶) با توجه به شناخت شما از بازار چای و وضعیت آن در ایران، چه راه کاری را برای ورود به بازارهای جهانی پیشنهاد می دهید؟

معرفی این محصول به زبان روسی در کشورهای مشترک المنافع، تبلیغ در کانال های روسی زبان

۷) با توجه به شناخت شما از بازار چای و وضعیت آن در ایران، محصول صادراتی باید دارای چه مشخصاتی باشد؟

بسته بندی مناسب، به صورت فانتزی، و درج مشخصات محصول به زبان کشور هدف

۸) از نظر شما قیمت محصول، شرایط پرداخت و موارد مربوط به تخفیفات چگونه باید باشد؟

پایین تر از قیمت کشورهای رقیب باشد، ضمناً ترکمنستان پس از تحویل کالا، پول تحویل می گردد.

۹) توزیع محصول در بازارهای چگونه صورت گیرد؟

شرکتهای وارد کننده و سپس توسط تجار واسط به فروشگاه ها عرضه می گردد، در ترکمنستان علاوه بر فروشگاه های خصوصی، فروشگاه های دولتی نیز نقش بسزایی دارند(وابسته به وزارت بازرگانی و توسعه روابط اقتصاد خارجی ترکمنستان)

۱۰) برای ترفیع محصول چای در بازارهای جهانی از چه روشهایی استفاده شود؟

حضور در نمایشگاه های معتبر

تبلیغات در سایت ها و کانالهای کشور هدف(روسی-ترکمنی)

تهیه و تنظیم :

رحمت اله خرمالی

وابسته بازرگانی سفارت ایران در عشق آباد