

Yurtdışında müşteri bulmak ve ihracat kapasitesini artırmak için yapılan **Pazar Araştırması Seyahatleri** yeni iş bağlantıları kurmak ve uluslararası pazarlarda sürdürülebilir bir varlık oluşturmak adına kritik bir role sahiptir.

Firmalarımızın **yıllık 1.897.275 TL'ye** kadar Pazar Araştırması Desteğinden (Yurtdışı Seyahat Desteği) faydalanabilmeleri için **İhracat Planı** hazırlamaları gerekmektedir.

Bu plan **15 Nisan 2024** tarihli ve **5448 sayılı kanun** kapsamında Ticaret Bakanlığı **Yönetim Danışmanlığı** çerçevesinde yetkilendirdiği firmalar aracılığıyla "**Pazara Giriş Projesi Hazırlama Desteği**" adı altında desteklenmektedir. Bu destek firmaların ihracat süreçlerini güçlendirmeleri ve uluslararası pazarlara açılmalarını kolaylaştırmayı hedeflemektedir.

Bu doğrultuda Ticaret Bakanlığı'nın Pazar Araştırması Desteklerinden (**Yurtdışı Seyahat Desteği**) yararlanmak isteyen firmaların **İhracat Planı** hazırlayarak T.C. Ticaret Bakanlığı (KOBİ Kümelenme Daire Başkanlığı)'na sunması ve onay alması gerekmektedir.

Kayseri Sanayi Odamızın organizasyonu kapsamında Ticaret Bakanlığı tarafından akredite edilmiş FİX Danışmanlık yetkilisi Yeşim BULUT'un katılımıyla firmalara **İhracat Planı** hazırlama konusunda rehberlik edecek bir eğitim düzenlenecektir.

Eğitim İçeriği: İhracat Planı Hazırlama Eğitimi

1. Yönetici Özeti Hazırlama
 - Şirketin genel görünümünün ve stratejik hedeflerinin özeti.
 - İhracat planı ihtiyacının belirlenmesi ve amaçlarının tanımlanması.
 - Planın genel çerçevesinin oluşturulması.
2. Şirket Mevcut Durumunun Analizi
 - Firma tanıtımı ve tarihçesi.
 - Faaliyet alanları, üretim kapasiteleri, pazarlama ve satış süreçleri.
 - İnsan kaynağı, fiziksel altyapı ve organizasyon yapısının değerlendirilmesi.
 - Finansal durum ve ikiz dönüşüm yetkinlikleri.
 - GZFT (Güçlü Yönler, Zayıf Yönler, Fırsatlar, Tehditler) analizi.
3. Hedef Pazar ve Rekabet Analizi
 - Hedef pazarların belirlenmesi ve kriterlerinin açıklanması.
 - Global trendler, sektörel beklentiler ve dış ticaret verilerinin analizi.
 - Hedef pazardaki rekabet durumu, dağıtım kanalları ve tüketici eğilimleri.
 - Gümrük vergileri, tarife dışı engeller ve lojistik alternatiflerinin değerlendirilmesi.
4. Pazarlama ve Satış Stratejileri
 - Pazar segmentasyonu ve ürün konumlandırma.
 - Fiyatlandırma alternatifleri ve satış sonrası hizmetler.
 - İletişim ve tanıtım planlarının geliştirilmesi.
5. Markalaşma ve E-İhracat Stratejileri (İsteğe Bağlı)
 - Marka tasarımı, tescil süreçleri ve algı ölçümü.
 - E-ihracatta hedef ülke analizi, dijital pazarlama kanalları ve lojistik çözümleri.
6. Uygulama Planı
 - Şirket yetkinlikleri doğrultusunda 3 yıllık stratejik faaliyet planının hazırlanması.
 - Hedef pazara giriş ve derinleşme stratejileri.
 - Devlet yardımları ve teşviklerden faydalanma yöntemleri.