



ANKARA DEMİR VE DEMİR DIŞI
METALLER
İHRACATÇILARI BİRLİĞİ

Sayı: 21704200-TİM.OAİB.11.ARG7.2024/7-9804

Ankara, 04/09/2024

Konu: SÜRDÜRÜLEBİLİR İHRACAT MENTORLUĐU EĞİTİMİ

Sayın Üyemiz,

Ankara Demir ve Demir Dışı Metaller İhracatçıları Birliği olarak, firmalarımıza ihracat pazarlarını çeşitlendirmek ve ihracatlarına süreklilik kazandırmak amacı ile pazar araştırması, hedef pazar-rakip analizi ve dış ticarete istihbarat desteği sağlamak amacıyla “Sürdürülebilir İhracat Mentörlüğü” projesi hayata geçirilmektedir.

Proje kapsamında katılım talebinde bulunan firmalarımıza, 18-19-20 Eylül 2024 tarihleri arasında, 3 gün boyunca (günde 6 saat olmak üzere) dış ticaret istihbarat genel eğitimi verilecektir. Söz konusu genel eğitimin ardından talep edildiği takdirde, firma özelinde daha detaylı bir yol haritası hazırlanması adına, Birliğimizin de %60 oranında desteğiyle, sürdürülebilir ihracat konusunda danışmanlık hizmeti almaları sağlanacaktır.

Projeye içeriğine ilişkin bilgi notu ekte yer almakta olup, genel eğitime katılım talebinde bulunan üyelerimizin teyitlerini, en geç 16 Eylül 2024 Pazartesi günü mesai bitimine kadar demir@oaib.org.tr adresine göndermelerine ihtiyaç duyulmaktadır.

Bilgilerini rica ederim.

Musa DEMİR
Genel Sekreter

Ek: Bilgi Notu

Ayrıntılı bilgi için: Halilcan Yılmaz - Uzman Yrd.

Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliđi

Ceyhan Atuf Kansu Cad. No: 120

06520 BALGAT ANKARA

Tel : (312) 447 27 40 Faks : (312) 446 96 05 - 447 01 80

e-posta : info@oaib.org.tr / www.oaib.org.tr



ULUSLARARASI TİCARETTE REKABETÇİ İSTİHBARAT EĞİTİMİ" (ULUSLARARASI PAZAR ARAŞTIRMALARI - HEDEF PAZARLARIN SEÇİMİ VE DEĞERLENDİRİLMESİ VE MÜŞTERİ BULMA TEKNİKLERİ EĞİTİMİ)

1. gün/6 saat

09:30-10:30	<ul style="list-style-type: none">❖ ULUSLARARASI TİCARET NEDİR? (1. MODÜL)o Uluslararası Ticaret ve temel kavramlaro Eski Yöntemlerle (Ticari İstihbarat) Stratejik Rekabetçi İstihbarat Arasındaki Fark Nedir?o İhracatta Temel Tanım ve Kavramlaro İhracat Döngüsüo İhracat Alt Yapısının Hazırlanması ve İş Gereklereo Uluslararası pazarlamanın temel ilkelerio Dünyadaki değişimlerin etkileri ve uluslararası pazarlamanın aldığı yeni biçimlero Dünyada hiper rekabet çağı ve yeni stratejilero Rekabet istihbaratı
10:30- 10:45	<ul style="list-style-type: none">❖ TİCARİ BİLGİDEN TİCARİ İSTİHBARATA (1. MODÜL)o Ticari bilgi-Ticari İstihbarato Açık, Sürdürülebilir ve Güvenilir Kaynaklar veri tabanlarıo Savaşın ticarete uyarlanış çağıo Stratejinin prensiplerio Strateji- Ticari istihbarat- iletişimo Uluslararası pazarlama araçları ve kullanımlarıo Hedef Pazar-hedef müşteri-hedef rakip-hedef karar vericilero Stratejik Rekabetçi İstihbarat Çalışmaları Yol Haritası
10:45-12:30	<ul style="list-style-type: none">❖ ARA❖ ULUSLARARASI PAZAR ARAŞTIRMASI YAPILMASI (STRATEJİK REKABETÇİ İSTİHBARAT)❖ HEDEF PAZARLARIN TESPİTİ UYGULAMALARI (1. MODÜL)o Hedef Pazar anlayışı neden gereklidir?o Hedef Pazarın tespiti ilkeleri ve uygulamao Firmaların bazında canlı uygulamalar ve hedef Pazar tespiti (UYGULAMA)o GTİP tespiti

10:45-12:30	<ul style="list-style-type: none">○ Dünya ölçeğinde ithalatçı ülkelerin tespiti○ İhracatçı ülkelerin tespiti○ İthalat pazarlarının miktar ve değer olarak büyümelerinin tespiti○ Tabloların yorumlanma ilkeleri (UYGULAMA)
12:30 – 13:30	Öğle arası
13:30 – 14:30	<p>❖ HEDEF PAZARLARIN TESPİTİ UYGULAMALARI (1. MODÜL)</p> <ul style="list-style-type: none">○ İstatistiklerin yorumlanması○ Büyüyen pazarların ayrışması○ Büyüyen pazarlardaki rakip ülkelerin tespiti○ Rekabet şansımızın değerlendirilmesi○ Hedef pazarlarla ilgili daha geniş bilgiye erişim ve istihbarata dönüştürme (UYGULAMA)
14:30 – 14:45	ARA
14:45 – 15:30	<p>❖ TABLolarIN OLUŞTURULMASI VE YORUMLANMASI (1. MODÜL)</p> <ul style="list-style-type: none">○ Türkiye'nin ürün bazında fiili ihracatı○ Kaçırduğumuz pazarlar○ İlgili tabloların oluşturulması○ Yorumlama ve tartışma○ Yeni ortaya çıkan bilgi gereksinimlerinin karşılanması○ Hedef pazarların bir ürün bazında tespit edilmesinin birlikte gerçekleştirilmesi○ Temel ilkelerin tartışılması○ Büyüyen pazarlar / Hedef pazarlar/stratejik hedeflerin tespiti çalışması○ Yorumlama ve tartışma○ Firmaların uygulama yapmaları ve bu uygulamaların tartışılması
15:30 – 15:40	ARA
15:40 – 16:30	<p>❖ DİĞER FAKTÖRLER (1. MODÜL)</p> <ul style="list-style-type: none">○ Rekabet analizi○ Uzaklık○ Vergiler○ Ülkenin yapısı ve kültürel durum○ Yasal durum vb. <p>Tarife dışı engeller ve diğer faktörler</p> <p>SORULAR VE CEVAPLAR</p>

ULUSLARARASI TİCARETTE REKABETÇİ İSTİHBARAT EĞİTİMİ” (ULUSLARARASI PAZAR ARAŞTIRMALARI - HEDEF PAZARLARIN SEÇİMİ VE DEĞERLENDİRİLMESİ VE MÜŞTERİ BULMA TEKNİKLERİ EĞİTİMİ)

2. gün/6 saat

09:30-10:30	<p>❖ SEÇİLEN PAZARLARDA ARAŞTIRMA TEKNİĞİ (2. MODÜL)</p> <ul style="list-style-type: none">○ Seçilen hedef pazarın içyapısının analizi için araştırmaların tespiti ve bulunması○ Hedef Pazar Seçimine Temel Oluşturacak Kriterlerin Belirlenmesi○ ITC Market Access Tools Kullanımı Atölyesi○ Trade Map, Standard Map, Procurement Map, Investment Map, Export Potential Map Kullanımı○ Analitik Hedef Pazar Seçimi○ Bu araştırmaların değerlendirilmesi ve analiz edilmesi yöntemleri○ Hedef Bölgelerin tespiti○ Hedef ürünlerin tespiti
10.30 – 10:45	ARA
10:45 – 12:30	<ul style="list-style-type: none">○ Ürün konumlandırmasının yapılması (2. MODÜL)○ Pazarın değerlendirilmesi /dağıtım ağının yapısı○ Yerel imalatçılar○ Yabancı rakipler○ Yasal mevzuat○ Pazara giriş engelleri (2. MODÜL)○ Standartların tespiti○ Büyüyecek alt sektörlerin tespiti○ Dağıtım ağı analizi○ Pazara giriş stratejisinin belirlenmesi○ Karar Alma Süreci
12:30 – 13:30	ÖĞLE ARASI
13:30 – 14:30	<p>❖ FİRMA İSTİHBARAT ÇALIŞMALARI (3. MODÜL)</p> <ul style="list-style-type: none">○ Hedef rakiplerin istihbaratı○ Hedef müşterilerin istihbaratı○ Hedef müşterilerin süzülmesi○ Hedef müşterilerin yöneticilerinin belirlenmesi○ Hedef müşterilerin finansal ve risk analizlerinin yapılması
14:30 – 14:45	ARA

14:45 – 15:30	<ul style="list-style-type: none"> ❖ FİRMA İSTİHBARAT ÇALIŞMALARI (3. MODÜL) ○ Stratejik Rekabetçi İstihbarat Çalışmaları Sonucu Elde Edilmiş Verilerin Bilgiye Dönüştürülmesi ○ İhracatta Veri Kaynakları Kullanımı ○ Ülke ○ İstatistik ○ Firma Veritabanları ○ B2B, B2C ○ İhale ○ Finansal İstihbarat ○ Bilgi kaynakları indeksleri ve kullanımları ○ Rehber indekslerinin oluşturulması sistematığı ○ Bilgi ve istihbarat veri tabanlarının oluşturulması
15:30 – 15:40	ARA
15:40 – 16:30	<ul style="list-style-type: none"> ❖ İHRACAT TA MÜZAKERE VE İLETİŞİM TEKNİKLERİ ○ İletişim ve iletişimin aşılması ○ Türk tarzı iletişim ○ İletişim araçlarına yaklaşımı ○ Pasif ve aktif araçlar ○ Hedef Pazar-hedef müşteri-hedef rakip stratejisine göre araç kullanımı ○ Araçların etkinliklerine göre kullanımı ○ Araçların fiyatlarına göre kullanımı ○ En etkili araçların seçimi ilkeleri ve uygulamaları ○ İhracatta Satış Kolaylaştırıcı Etkenler ve Müşteri Memnuniyeti <p>SORULAR VE CEVAPLAR</p>

<p>ULUSLARARASI TİCARETTE REKABETÇİ İSTİHBARAT EĞİTİMİ” (ULUSLARARASI PAZAR ARAŞTIRMALARI - HEDEF PAZARLARIN SEÇİMİ VE DEĞERLENDİRİLMESİ VE MÜŞTERİ BULMA TEKNİKLERİ EĞİTİMİ)</p> <p>3. gün/6 saat</p>	
09:30-10:30	<ul style="list-style-type: none"> ❖ HEDEF PAZAR ANALİZİ ○ Dağıtım ağı analizi ve hedef müşteri gruplarının tespiti ○ Hedef müşteri grupları içinden ağırlık merkezinin belirlenmesi ○ Yasal durum vb. ○ Tarife dışı engeller ve diğer faktörler ❖ HEDEF ÜLKELERDE YAPILACAK MÜŞTERİ/RAKİP İSTİHBARATI VE KAYNAKLARI ❖ ÜRÜNÜN MÜR MATRİSİNİN HAZIRLANMASI ○ SIC kodlarımızın tespiti ○ Bayi adaylarının özelliklerinin belirlenmesi ○ Firma bilgilerinin bulunması ○ Firma gümrük aksiyonlarının önemi

10:30 - 10:45	ARA
10:45 – 12:30	❖ HEDEF FİRMALARIN BELİRLENMESİ <ul style="list-style-type: none">o Hedef firmaların seçim kriterlerio Yönetici bilgilerinin alınmasıo Finansal bilgilerin alınmasıo Kuruluş bilgilerinin alınmasıo Bilgi ve istihbarat veri tabanlarının oluşturulması
12:30 – 13:30	ÖĞLE ARASI
13:30-14:30	❖ FİRMA GÜMRÜK AKSİYONLARINA ERİŞİM (45 ÜLKE KONŞİMENTOLAR) <ul style="list-style-type: none">o Rakip istihbaratı tekniklerio Potansiyel müşteri istihbaratı uygulamalarıo Bayi performanslarının ölçülmesi tekniklerio Konşimento veren sitelerin indekslenmesio Konşimento veren sitelerin güncellenme tekniklerio Gümrük kayıtlarından istihbarat üretimi teknikleri
14:30 – 14:45	ARA
14:45 – 15:30	❖ TEKNİK İSTİHBARAT <ul style="list-style-type: none">o Rakiplerin dünya çapında patentlerinin taranmasıo Mevcut durumun analizi ve kendi bulunulan yerin teknik açıdan analizio Eksikliklerin tespitio Teknik makalelerin taranması teknikleri
15:30 – 15:40	ARA
15.40-16:30	❖ TİCARİ BİLGİ VE İSTİHBARAT KAYNAKLARI <ul style="list-style-type: none">o Ticari bilgi indeksleri kullanımıo Webden ticari bilgi aranmasıo Derin webin kullanımıo Genel tekraro Sorular