

Çin'in dışı açılma politikaları sonucu, yabancı yatırımcıların ödediği harçlar tarife dışı engeller, ithalat vergi oranları azaldı. İç piyasa yabancı yatırımcı ve mallara açıldı, firmaların dış ticaret hakları genişledi. Bütün bu olumlu gelişmelerin yanısıra üretim maliyetlerinin düşüklüğü ve arzın fazla oluşu göz önüne alındığında Çin iç piyasasında fiyata dayalı bir rekabeti sürdürebilmek neredeyse imkansız. Bu nedenle kalite ve imajı ön planda tutan markalaşmış ürünlerle üst fiyat düzeyinde satış yapan firmaların rekabet şansı daha fazla. Çin pazarındaki müşteri tercihleri çok iyi gözlenmeli ve moda değişimlerine hızlı cevap verilebilmeli.

Pazara ve ürünlerinize uygun bir dağıtım ağı oluşturmanız önemli. Bu konuda faaliyette bulunan acentalarla çalışmak birçok avantajı da beraberinde getirecektir.

Markalaşma ve imaj oluşturma çok önemli. Fiyat politikasının marka imajına uygun olması gerekiyor. Aşırı düşük fiyat politikası uygulamak ürünün imajını zedeleyen bir etki yaratabilir. Düşük gelir gurubuna hitap etmek amacıyla kardeş marka oluşturulabilir. Pazarda çok miktarda ucuz taklit mal bulunduğunu ve yeni ürünlerin çok çabuk taklit edildiğini unutmamak gerekiyor. Markanızı koruma altına almak için tescil ettirmeniz öneriliyor, bu işlemi yaparken yerel dilde de marka tescili yaptırmayı unutmamalısınız.

Çin büyük coğrafi alanı ve 1,3 milyarlık nüfusu ile koca bir dev. Bölgeler arası yüksek gelir ve kültür farkları sözkonusu. Esas hedef kitle şehirlerde yaşayan 300 milyonluk modern tüketici olarak belirlenebilir. Ekonomideki istikrarlı büyüme kişisel gelirin artmasını ve özellikle istikrarlı biçimde büyüyen geniş bir orta sınıf oluşmasını sağlıyor. Bu tüketici profilini iyi eğitilmiş, genellikle çok uluslu firmalarda çalışan ve iyi kazanan kişiler oluşturuyor. Bu kişilerin marka bilinci ve bağımlılığı olduğunu çoğunlukla statü sahibi zevkli kişiler olduğunu dikkate almak lazım. Kaygısız kariyer kadını da öne çıkan bir diğer önemli tüketici profili. Yatırım yapmayı pek tercih etmeyen bu kadınların ciddi boyutta kişisel harcama yaptığından söz edilebilir.

Mahir Hava - Kobifinans