Luty 2024 r.

Informacja prasowa

**Nowe trendy w podbijaniu rynków zagranicznych okiem praktyka: ekologia, jakość i elastyczność**

**Istnieje wiele barier i wyzwań, jakie napotykają przedsiębiorcy, którzy chcą wejść ze swoim produktem lub usługą na rynki zagraniczne. W jaki sposób budować strategię komunikacji, by podbić serca zagranicznych konsumentów? Jakie są najnowsze trendy w tym obszarze? Podpowiadamy.**

Przy wejściu na rynek międzynarodowy napotykamy na bariery, które mogą znacznie utrudnić proces ekspansji. Dodatkowo, złożoność przepisów prawnych i różnice w regulacjach mogą sprawić trudności w dostosowaniu się do wymogów danego kraju oraz w prowadzeniu działalności. Wysokie koszty wejścia na rynek, konieczność inwestycji początkowych oraz ryzyko walutowe stanowią kolejne istotne bariery – tym razem finansowe. Firmy, które planują ekspansję powinny rozważyć, co może stanąć im na przeszkodzie oraz znać nowe trendy w podbijaniu rynków zagranicznych. Co jest na topie?

**Ekologia na pierwszym miejscu**

Standardy ekologiczne są nieodłączną częścią współczesnego biznesu. Firmy, które skupiają się na zrównoważonym rozwoju oraz dbałości o środowisko naturalne, odnoszą sukcesy na międzynarodowych rynkach. Dlaczego?

Po pierwsze, coraz więcej konsumentów preferuje produkty ekologiczne, co przekłada się na wzrost popytu na nie. Po drugie, wiele rządów i instytucji wprowadza regulacje promujące zrównoważony rozwój, co może otwierać nowe możliwości biznesowe dla firm działających w tych obszarach. Ponadto, dbałość o środowisko może również przynosić oszczędności poprzez zmniejszenie zużycia surowców, energii i ograniczenie kosztów utylizacji odpadów.

Mając na uwadze nowe regulacje Unii Europejskiej i dążenie do zeroemisyjności, a także różne strategie wprowadzane w ramach Wspólnoty można mieć pewność, że CSR odegra ogromną rolę w biznesie. Firmy, które nie będą działały w myśl zrównoważonego rozwoju mają mniejsze szanse na ekspansję zagraniczną.

**Elastyczne podejście i jakość produktów**

Kolejnymi elementami, które ułatwiają wejście na rynki zagraniczne jest jakość oferowanych produktów. Klienci coraz częściej rozumieją, że cena nie zawsze jest jedynym kryterium przy wyborze produktu. Oczekują oni wysokiej jakości oraz trwałych rozwiązań, które spełnią ich oczekiwania i będą służyć przez długi czas. Wartość produktu staje się więc kluczowym elementem budowania lojalności i zaufania do marki.

Istotna jest także elastyczność przedsiębiorstw, czyli to, w jaki sposób reagują na zmieniające się warunki ekonomiczne czy trendy. Takie podejście umożliwia im dopasowanie produktów do potrzeb, jakie zaistniały w danej chwili. Np. w momencie gdy inflacja w całej Europie była na wysokim poziomie – firmy z sektora FMCG zaczęły produkować duopaki, by pokazać konsumentom, że mogą oszczędzić. A jednocześnie w ten sposób dbały o swoją sprzedaż.

**Należy mieć dobry produkt**

Zdaniem Roberta Dąbrowskiego CEO Recevent – dla firmy, która działa w obszarze reklamy outdoorowej ekspansja to zawsze dobre rozwiązanie.

– *Reklama outdoorowa, stanowi niezmiennie jedną z najskuteczniejszych form promocji. Nawet w dynamicznym środowisku cyfrowym, reklama zewnętrzna nie tylko utrzymuje swoją pozycję, ale także zyskuje na znaczeniu. Udziały w rynku reklamy outdoor cały czas rosną, co potwierdza jej trwałą i rosnącą siłę oddziaływania na konsumentów. Po okresie pandemii rynek reklamy zewnętrznej przeżył swoiste ożywienie, zyskując drugie życie i wracając do normalności. Wzrost aktywności w przestrzeni publicznej po okresie lockdownów sprawił, że reklama outdoor stała się jeszcze bardziej widoczna i skuteczna* – wyjaśnia Robert Dąbrowski, CEO Recevent.

Czy istnieje jedna recepta na sukces? Nie. Należy jednak podejmować odpowiednie kroki, by zbadać rynek, na którym chcemy sprzedawać. W strategii biznesowej należy pamiętać o uwzględnieniu pieniędzy na działania reklamowe, które silnie wspierają sprzedaż i pomagają zbudować markę.

Kontakt do mediów:

Martyna Stefańska

biuro.prasowe@recevent.pl

Opis firmy:

RECEVENT to agencja reklamy zewnętrznej, która jest pionierem w branży i jednym z największych zleceniobiorców w zakresie outdooru w Polsce.

Realizuje kampanie reklamy zewnętrznej holistycznie – od analizy rynku i potrzeb klientów przez projektowanie komunikacji, produkcję billboardów i poligraficzną po aplikację reklam na nośniki. Realizacja zleceń in house (własna drukarnia wielkoformatowa, sieć monterów reklam, system do zarządzania kampaniami) pozwala sprawnie koordynować prowadzone kampanie oraz proponować klientom atrakcyjne ceny.

W zakres usług RECEVENT wchodzi: planowanie i zarządzanie kampaniami OOH, wynajem nośników, wielkoformatowy druk ekologiczny, wyklejanie tablic reklamowych, budowa sieci nośników outdoorowych, wyklejanie witryn, projektowanie graficzne.