

Prihodnost je tukaj.

**Microsoft**



# Prilagajanje strategije lansiranja produktov v regiji zelo različno razvitih držav - izkušnje Microsoft

Rok Palčič

# Vsebina

- Produkti in storitve
- Razvitost trgov
- Različnost strank
- Povzetek



# Produkti in storitve

- Različni pristopi glede na izdelke
  - Namenski, nišni(specializirani)
  - Široka baza strank (primer Windows, MS Office)
- Storitve (spremembe poslovnih modelov)
  - Oblak
- Prisotnost podjetij v državah
  - Samostojno ali preko partnerjev - povezovanje
  - Organizacija trženja
  - Profitabilnost, davki
  - Izdelki ali storitve široke potrošnje
    - Distribucija, prodajalci
    - Servis
  - Velika podjetja in storitve



# Produktni pregled

- Lokalizacija produktov
  - Prilagajanje potrebam lokalnim kupcem
  - Hitrost lokalizacije
  - Novi izdelki
  - Primera: MS Office, Xbox 360



# Razvitost trgov

- Velikost trga
- Kupna moč in drugi kazalci (GDP, ...)
  - Posebne različice (Starter)
- Posebnosti na trgu
  - Spremembe zakonodaje
  - Navade kupcev, države
  - Splošna prepoznavnost!?



# Različnost strank

- Velikost podjetij
  - Različni paketi/opcije
  - Podpora s storitvami in fleksibilnostjo cen
  - Globalne pogodbe
  - Različni nivoji podpore (centralizacija)



# Povzetek

- Oblikovanje strategije na podlagi kazalcev in izkušenj
- Lokalna prisotnost – da ali ne?
- Tudi zelo prodajani izdelki v eni državi/regiji niso nujno uspeh za vse trge
- Optimizacija stroškov in poslovanja

