

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

