

Zo ontwikkel je een internationale marketingstrategie

Een succesvolle internationale marketingstrategie vraagt om een doordachte aanpak waarbij je rekening houdt met de verschillen tussen landen en culturen. Hieronder vind je de belangrijkste stappen om jouw merk of product succesvol in het buitenland te positioneren.

1. Stel heldere doelen en kies je markten

Bedenk wat je wilt bereiken: meer omzet, een groter marktaandeel of naamsbekendheid? Onderzoek vervolgens welke landen het meest interessant zijn. Kijk naar de marktgroei, concurrentie, lokale cultuur, wetgeving en het koopgedrag van consumenten. Maak een bewuste keuze in welke landen je wilt starten.

2. Kies je strategie

Bepaal of je één uniforme aanpak kiest voor alle landen, of dat je je strategie per markt aanpast. Je kunt kiezen voor:

- Een wereldwijde strategie waarbij je overal hetzelfde doet.
- Een aangepaste strategie waarbij je je product, prijs of promotie per land aanpast.
- Een lokale strategie waarbij je volledig inspeelt op de wensen en gewoonten van het land.

3. Doe grondig marktonderzoek

Verdiep je in de cultuur, het consumentengedrag, de concurrentie en de regels van de landen waar je actief wilt zijn. Zo ontdek je kansen én valkuilen.

4. Stel je marketingmix samen

Pas je product, prijs, promotie en distributie aan op de lokale markt. Denk aan een meertalige website, lokale betaalmogelijkheden, campagnes die aansluiten bij de cultuur en het inzetten van lokale influencers of partners.

5. Bouw lokale relaties op

Werk samen met lokale distributeurs, winkels of agentschappen. Zij kennen de markt en kunnen je helpen sneller vertrouwen op te bouwen bij nieuwe klanten.

6. Test, leer en verbeter