

Portal Województwa Lubuskiego



Misja gospodarcza do Korei - dzień trzeci



Kategoria - Współpraca zagraniczna

Data publikacji -26 października 2017 godz. 02:13

Wizyta na targach KOMAF w Goyang na przedmieściach Seulu zdominowała trzeci dzień pobytu lubuskich przedsiębiorców w Korei. Po raz kolejny mieli oni okazję zobaczyć najnowocześniejsze rozwiązania technologiczne zastosowane w przemyśle. Mogli też nawiązać kontakty

biznesowe z firmami działającymi w interesujących ich branżach.

Koreański rynek oferuje wiele możliwości dla firm. Trzeba go jednak dobrze zrozumieć, by na nim zaistnieć. Najpierw należałoby wypromować markę Polska - i to, zdaniem ekspertów, jest zadanie dla rządu. Dopiero potem można promować regiony i polskie produkty. Koreańczycy bardzo dużo podróżują i są otwarci na wszystko, co nowe. Przynajmniej raz w roku blisko 20 proc. Koreańczyków podróżuje za granicę. Przez to, że z chęcią opuszczają granice swego kraju, mają świadomość cen i jakości produktów. Są mobilni i z łatwością korzystają z internetu i nowoczesnych technologii. Dlatego szansę na koreańskim rynku mają firmy innowacyjne. Koreańczycy zwracają uwagę na przyrodę, dlatego z chęcią odwiedzają regiony, gdzie mogą być blisko z naturą. Poszukują miejsc zielonych, nastawionych na slow life. Stąd też region lubuski może być dla nich atrakcyjny.

Wchodząc na koreański rynek, trzeba dopasować się do reguł nim rządzących. 95 proc. użytkowników telefonów komórkowych używa do rozmów aplikacji Kakao. Nie jest powszechny Facebook, użytkownicy social media wybierają Kakao Story. Planując kampanie marketingowe w Korei nie należy wybierać światowego lidera jakim jest Google, lecz Naver.

Warto obserwować zmiany zachodzące na koreańskim rynku i do nich dopasować swoją ofertę. W ciągu ostatnich kilku lat single stali się ważnymi konsumentami zauważalnymi przez producentów. Od 2010 r. do 2015 r. proporcje pomiędzy singlami a osobami zakładającymi rodziny wzrosły z 15,8 do 27 proc.