

福

Online verkopen in China

Inleiding:

Op 19 september ging Chinese e-commerce reus Alibaba naar de beurs. Het werd de grootste beursgang aller tijden. Bewijs dat China zich in een nieuwe fase heeft begeven. Het is al lang niet meer enkel de fabriek van de winkel waar onze spullen worden gemaakt. De e-commerce markt is nu al gigantisch, terwijl nog maar een kwart van de Chinezen in staat is online te shoppen. Op het gebied van *mobile* ligt het land met mobiele apps, online-to-offline mogelijkheden en mobiel betalen al ruim 5 jaar voor op het westen en de sociale media zijn superieur aan wat wij gebruiken.

De Chinese consument wordt steeds welvarender en wil artikelen kopen die wij al jaren gebruiken. Hoewel het merendeel van de 1,3 miljard inwoners naar onze maatstaven nog niet rijk is wordt nu al 25% van de wereldwijde verkopen in luxeartikelen gedaan aan Chinezen. In diverse productcategorieën bestaat er een duidelijke voorkeur voor westerse merken en hoewel de Chinese consument prijsgevoelig is wil men graag betalen voor veiligheid, betrouwbaarheid en authenticiteit. Neem Nederlandse zuivelproducten, die flink aftrek vinden in het land.

Ook begeeft de Chinese consument zich steeds vaker buiten de landsgrenzen en bezoekt, steeds vaker in een individuele reis, Amerika en Europa. Naast het bezoeken van Parijs, Rome en Amsterdam geven ze een flink deel van hun budget uit aan het kopen van tax-free artikelen. Chinese jongeren studeren ook steeds vaker aan een buitenlandse universiteit. Kortom, er liggen volop kansen voor fabrikanten, de toerismebranche en universiteiten om deze enorme potentie uit het oosten aan te boren.

Maar marketing naar de Chinese consument is niet eenvoudig. De platformen voor e-commerce en social media verschillen van degenen die wij gewend zijn en ook het consumentengedrag is niet gelijk. We mogen misschien denken dat China verwestert maar de beweegredenen en behoeften van de Chinees verschillen sterk van die van de westerse consument.

Inbegrepen

Tijdens de training wordt in de pauzes gezorgd voor koffie en thee e.d.

Locatie en bereikbaarheid

De cursus zal worden gegeven op onze trainingslocatie in Bunnik Adres Rhijnauwenselaan 14, 3981 HH Bunnik (zie onze website www.mentorun.nl voor de uitgebreide routebeschrijving).

De locatie is uitstekend bereikbaar met openbaar - en eigen vervoer en er is tevens voldoende gratis parkeergelegenheid bij het gebouw.

Cursusmateriaal

Voor schrijfmateriaal en een internetverbinding wordt gezorgd. De beschikking over een computer is voor deze training niet nodig maar u kunt uiteraard zonder bezwaar uw eigen laptop meenemen.

Certificering

Aan het eind van de training ontvangt u een bewijs van deelname middels het Mentorun certificaat.

Mentorum

t r a i n i n g e n

Programma (1 halve dag)

(09.00u tot 13.00u)

In samenwerking met ChinaTalk biedt Mentorun een workshop van een halve dag aan voor merken en bedrijven die de Chinese consument willen bereiken en bedienen. In deze 'crash course' komen de volgende zaken aan bod:

- Beschrijving van de e-commerce en m-commerce markt in China;
- Belangrijkste e-com platforms en online shops;
- De Chinese consument;
- Strategieën voor het online verkopen van producten;
- Internetcensuur en sociale media & WeChat
- Online marketing en promotie

Uw trainer: Ed Sander



(Ed Sander heeft een achtergrond in database en online marketing. Hij is auteur van het boek 'ChinaTalk', co-auteur van de boeken 'Event Driven Marketing' en 'Follow That Customer' en voormalig docent bij Beeckestijn Business School.)

Datum en tijd:
Zie 'Agenda' op www.mentorun.nl.

Prijs training:
€ 110,00 excl BTW

Inschrijven via
www.mentorun.nl