

Türkiye Pazarına Giriş Kontrol Listesi

Türkiye pazarına girmek isteyen şirketler için doğrulama, rekabet, fiyatlandırma, mevzuat ve ilk B2B görüşmelerini kapsayan uygulama rehberi.

1. Pazar hipotezini tanımlayın

- Hedef müşteri segmentini ve karar verici profilini yazılı hale getirin.
- Ürünün hangi probleme çözüm sunduğunu Türkiye bağlamında yeniden test edin.
- Toplam pazar ile erişilebilir pazar kavramlarını birbirinden ayırın.

2. Mevzuat ve ürün uygunluğu

- GTİP/HS kodunu, ithalat gerekliliklerini ve ürün bazlı teknik düzenlemeleri kontrol edin.
- Etiketleme, garanti, satış sonrası hizmet ve yerel temsil gerekliliklerini doğrulayın.
- Vergi ve gümrük maliyetini satış fiyatından önce modelleyin.

3. Rekabet ve fiyat

- En az 10 doğrudan/ikame rakibi karşılaştırın.
- Distribütör marjı, bayi marjı, lojistik ve finansman maliyetlerini fiyat modeline ekleyin.
- Liste fiyatı yerine sahadaki net satış fiyatını araştırın.

4. Partner ve müşteri doğrulaması

- Potansiyel distribütörleri ciro, kanal, ürün grubu, teknik ekip ve bölgesel kapsama göre puanlayın.
- İlk toplantıda münhasırlık vermek yerine performans kriteri ve deneme dönemi kullanın.
- Takip ritmini CRM üzerinden yönetin.

Önemli not

Bu rehber genel bilgilendirme ve çalışma planlaması amacıyla hazırlanmıştır. Ürün, ülke, vergi, gümrük veya sözleşme bazlı kararlar için güncel resmi kaynaklar ve yetkili uzmanlar ayrıca kontrol edilmelidir.

Kaynak yönlendirmeleri: T.C. Ticaret Bakanlığı, European Commission Access2Markets, WTO, ICC, WCO ve ITC gibi resmi/kurumsal ticaret bilgi kaynakları.