

توسعه صادرات با برند تحقق می یابد

وزیر سابق صنعت، معدن و تجارت: توسعه صادرات با برند تحقق می یابد



وزیر سابق صنعت، معدن و تجارت گفت: برند و برندسازی به خصوص برای کالاها و خدمات صادراتی موضوعی است که تا کنون در کشور مغفول مانده است.

محمد رضا نعمت زاده در بیست و سومین همایش ملی توسعه صادرات غیرنفتی

از برندسازی به عنوان یک الزام برای توسعه صادرات غیر نفتی یاد کرد و گفت: بدون برندسازی نمی توان در صادرات موفق بود. بطوری که می بینیم شرکت هایی که صادرات موفق دارند، برنشان از سهام شان ارزشمندتر است.

نعمت زاده با تاکید به اینکه در تبریز نام و نشان های زیادی در سطح جهان مطرح است، گفت: برندسازی با اعتمادسازی و صداقت و سرآمدی ممکن خواهد شد و اگر در تبلیغات ادعایی داشتیم حتما خدمات باید بیشتر از آن تبلیغات باشد.

وزیر سابق صنعت، معدن و تجارت افزود: امروزه برند دیگر تنها یک ابزار کارآمد در دست مدیران نیست، بلکه یک الزام استراتژیک است که به سازمان ها در جهت خلق ارزش برای مشتریان و همچنین ایجاد مزیت های رقابتی پایدار کمک می کند و در واقع، جهانی شدن بنگاه ها و تسخیر بازارهای جهانی، مستلزم ایجاد برندهای قدرتمند است.

نعمت زاده با اشاره به تبلیغات مرسدس بنز و تویوتا که فقط نامش را می گویند، افزود: آنها اعتماد و برند را به دست آورده اند و نیازی به هیچ ادعایی ندارند.

وی تصریح کرد: ایجاد عزم ملی و همه جانبه برای حضور هر چه قوی تر برندهای قدرتمند ایرانی در بازارهای بین المللی لازم و ضروری است و آنچه که در مورد کالاها و خدمات صادراتی کشور باید گفت آن است که ما کالا یا خدمت صادر می کنیم نه برند! در حالیکه امروزه مصرف کنندگان با برندها سر و کار دارند.

وی به لزوم افزایش راندمان خطوط تولید واحدهای صنعتی تاکید کرد و گفت: باید از کمترین فرصت ها هم استفاده کرد تا بتوان راندمان تولید را افزایش داد.

نعمت زاده افزود: ما شاید نتوانیم به همه بازارهای جهانی صادرات داشته باشیم، اما باید بازارهای هدف تعیین کنیم و حتما از بازار داخلی بیرون برویم تا بتوانیم رشد کنیم.

نعمت زاده تاکید کرد: ما باید به خودمان اتکاء کنیم، چرا که دولت نمی تواند با توجه به شرایطی که دارد از بخش تولید بیشتر از این حمایت کند.

مدیر افتخاری تبریز 2018 درباره ستاد اجرایی این رویداد نیز گفت: در تهران، اصفهان، مشهد و دیگر شهرهای کشور خبری از رویداد «تبریز 2018» نیست، اما عجیب تر این است که در خود تبریز هم خبری از این رویداد نیست.

نعمت زاده گفت: در سایت تبریز 2018 فقط از زبان فارسی استفاده شده است! در حالی که حداقل باید تبریز به 7 یا 8 زبان معرفی شود. برخی کارها هستند که هزینه چندانی ندارند، اما باز هم بی توجهی می شود.

وی افزود: خواهش می کنم به بخش خصوصی اجازه داده شود تا در این زمینه ایفای نقش کنند. نباید فرصت تبریز 2018 از دست مان برود. کارهای بسیار زیادی می توان انجام داد.

نعمت زاده خاطرنشان کرد: در تهران کسی دنبال کارهای تبریز ۲۰۱۸ نیست و خودتان باید کاری کنید و برای ۳۶۵ روز برنامه ریزی داشته باشید تا مردم دنیا از اقدامات و برنامه های شما در این خصوص مطلع شده و در این رویداد مهم شرکت نمایند.