

Ο οινοχόος Νο1

Εξωτερικές στρατηγικές στην Κεντρική Μαύρη Γη της Ρωσίας

Οι επενδύσεις στη διαμόρφωση μιας κουλτούρας κατανάλωσης κρασιού στη Ρωσία είναι συγκρίσιμες σε όγκο με τις επενδύσεις στην παραγωγή οίνου. Κατανοούν όμως αυτό το γεγονός οι κατασκευαστές, οι έμποροι, οι δημοσιογράφοι; Οι ξένες εταιρείες που έρχονται στην αγορά μας φέρουν στρατηγικές προώθησης που είναι εντελώς αναποτελεσματικές στις συνθήκες μας. Τόσο οι μεγάλοι όσο και οι μικροί προϋπολογισμοί δίνουν εξίσου αρνητικό αποτέλεσμα. Και η αρχή των εγχώριων διανομέων μπορεί να χαρακτηριστεί ως επιμελητεία. Το κρασί είναι ένα ποτό που αξίζει μια διαφορετική αντιμετώπιση. Οι εγχώριες εταιρείες γενικά δεν έχουν στρατηγικές, πέραν ενός απλού στόχου - να πουλήσουν. Κανείς δεν θέλει να επενδύσει στην εκπαίδευση του καταναλωτή και δεν έχει ιδέα πώς να το κάνει. Η λογική είναι απλή, αν ξεκινήσουμε μια μακροπρόθεσμη εκπαιδευτική εκστρατεία και αυτό σημαίνει να εργαστούμε ό για όλους τους συμμετέχοντες στην αγορά, επενδύοντας τους πόρους μας. Είναι σχεδόν αδύνατο να επιτευχθεί συμφωνία μεταξύ τους. Δεν υπάρχει επαγγελματισμός στη μελέτη των καταναλωτών. Δεν υπάρχουν μικρό- ή μακρό-έρευνες της αγοράς. Δεν εννοώ τον χειρισμό γραφημάτων, αριθμών, αναφορών, αλλά ψυχολογική έρευνα των καταναλωτών: γυναίκες, άνδρες, ηλικιωμένοι, νέοι, φτωχοί, πλούσιοι κλπ. Στην διεξαγωγή τέτοιων μελετών το παν είναι η ψυχολογική προσέγγιση. Και αυτό πρέπει να γίνει όχι στην κλίμακα της χώρας, της επικράτειας αλλά επιλεκτικά, μέσα στη σφαίρα επιρροής κάθε συγκεκριμένης εταιρείας. Στη Ρωσία σήμερα, αυτό είναι αδύνατο να εφαρμοστεί στις περισσότερες εταιρείες για οικονομικούς λόγους, αλλά δεν υπάρχει εναλλακτική λύση. Αυτό που κάνουν τα υπάρχοντα πρακτορεία μάρκετινγκ είναι ελλιπείς και τυπικό.

Το πιο σημαντικό είναι ότι στη Ρωσία είναι απαραίτητο όχι να αναπτυχθεί η ίδια η κουλτούρα της κατανάλωσης κρασιού, αλλά να δημιουργηθεί από το μηδέν. Αυτός είναι ο λόγος που ήδη υπάρχουσες στον τομέα αυτό ξένες τεχνολογίες στη Ρωσία δεν μπορούν να εφαρμοστούν. Εδώ χρειαζόμαστε δημιουργική εργασία για περιγραφή την κατάσταση, των προβλημάτων, για καθορισμό καθηκόντων, ορισμό μεθόδων και μέσων πληροφόρησης καταναλωτών. Αυτό σημαίνει εύρεση της τεχνολογίας που θα εφαρμοστεί σε όλη την έκταση της τεράστιας χώρας μας. Φυσικά, να εφαρμοστεί σχετικά, καθώς ο κύκλος των καταναλωτών κρασιού στη Ρωσία είναι στενός και ποτέ δεν θα είναι μεγάλος. Εκτός και αν το φυσικό κλίμα και η ευημερία των πολιτών θα αλλάξουν απότομα.

Κείμενο:Σασα Καμσουκοβ.

Μεταφραση:Ανζελα Φωτιαδου.