



Δεν είναι λίγοι αυτοί που πιστεύουν ότι η διεθνοποίηση της ελληνικής αγοράς είναι η μοναδική διέξοδος και για το λόγο αυτό θα πρέπει να στηθούν από τώρα «συμμαχίες» με ισχυρούς επιχειρηματικούς φορείς που δραστηριοποιούνται στις αγορές «κλειδιά» .

«Πρόκειται για ένα μοντέλο ανάπτυξης που έχει ακολουθηθεί στην Ισπανία και έχει αποδειχθεί ιδιαίτερα αποτελεσματικό αφού με τον τρόπο αυτό και το προϊόν –εξοχικές κατοικίες- στήθηκε σύμφωνα με τις ανάγκες των επιμέρους αγορών αλλά και συνδυάσθηκε η επιχειρηματική αυτονομία και των δύο πλευρών. Είναι ένα διαφορετικό μοντέλο συνεργασίας το προσφέρει την ανεξάρτητη δράση και των δύο επιχειρηματικών φορέων», τόνιζε χαρακτηριστικά αναλυτής της αγοράς επισημαίνοντας ότι το μοντέλο αυτό έχει αρχίσει να υιοθετείται κυρίως στην αγορά της Κρήτης . Εκεί μεσιτικές αλλά και κατασκευαστικές επιχειρήσεις «κτίζουν» εμπορικές «συμμαχίες» με βρετανικές και κυπριακές επιχειρήσεις του κλάδου προκειμένου να προωθήσουν το προϊόν στις αγορές.

«Το πρόβλημα δεν είναι μόνο η διεθνοποίηση της αγοράς αλλά το «κτίσιμο» ενός συνολικού πακέτου υπηρεσιών που να ανταποκρίνεται στις ανάγκες των δυτικοευρωπαίων καταναλωτών. Για παράδειγμα φέτος που εφαρμόστηκε το μοντέλο της πώλησης σπιτιών που συνοδεύονταν με υπηρεσίες διαχείρισης και εκμετάλλευσης η αποδοχή του από τους υποψήφιους αγοραστές ήταν πρωτόγνωρη. Αυτό σημαίνει ότι οι πωλήσεις δεν είναι μόνο υπόθεση προώθησης και προβολής αλλά κυρίως προϊόντος. Όσες συνεργασίες και αν γίνουν αν το προϊόν δεν ανταποκρίνεται στις ανάγκες του αγοραστή τότε αυτές θα τιναχθούν στον αέρα. Το πραγματικό στοίχημα είναι να προσαρμόσουμε το προϊόν μας στις ανάγκες του αγοραστή και όχι να προσαρμόσουμε τον καταναλωτή στο προϊόν.» τόνιζε χαρακτηριστικά μεσίτης