外國公司進美之途徑

近期，大量跨國公司以不同的方法進入美國。各種公司有各自的途徑，或在外國創立，最後進入美國賣產品；或在美國創立，最後賣給外國公司。舉例來說，三星始於韓國，後來才進入美國，而7-Eleven最初在美國創立，後來由7&I控股獲得。我希望，通過講解這兩家公司的歷史，成功過程，以及推廣方法等能讓你們意識到應不應該在美國建立分公司。

首先，我來談談在他國創立的公司三星，然後會討論7-Eleven的狀況。

就三星而言，三星1938年在韓國成立。三星現在以賣智能手機為主。而且，最近三星做廣告比較像美國電子產品公司。這些廣告是怎樣的呢？這些廣告就是諷刺蘋果產品的。通過採取像美國公司一樣的推廣方法，可見三星為了在美國成功，它們本土化了它們的推廣方式。但是，三星的本土化趨勢沒有包括產品製造，他們只是改變了做廣告的方式。

然而，至於7-Eleven，7-Eleven 1927年成立於美國。7-Eleven是美國最知名的連鎖便利店之一。7-Eleven的宣傳方式似乎以幽默為主，一向有做幽默廣告的趨勢。只要你看最新的廣告，就可以看到這個趨勢。怎麼會有類似的廣告呢？就是為了迎合美國人喜歡幽默的特點。透過幽默，7-Eleven希望能賣更多產品。不過，這不表示他們本土化了，因為他們一向都做這類的廣告。再說，表面上，雖然7-Eleven現在還是美國公司，但是其實最近由7&I控股獲得了。

通過以上的對比，可見，我們公司在美國建立分公司的途徑可以有很多。我們可以像三星那樣做，在美國建立自己的公司。我們還可以像7&I控股那樣做，買美國公司。不過，無論我們利用哪種途徑，我們首先必定要有具體的決心，應該嘗試退出具有本土化特色的產品還是維持我們本來的特色，，推出跟現在一樣的產品。另外，美國人也依賴於跟我們公司產生的產品類似的產品。反正，許多外國公司為取得美國公司的股份而進入美國，所以我們正在受益於美國市場。我認為，假如進入美國，只要我們符合消費者的需求、好好推廣產品，我們一旦進入美國，就無疑會成功。