

Praktiniai patarimai žengiant į Vokietijos rinką



TURINYS

- 1. PRADŽIA
- 2. KONTAKTŲ/PARTNERIŲ PAIEŠKOS ŠALTINIAI VOKIETIJOJE
- 3. ĮĖJIMAS Į RINKĄ
- 4. PRISISTATYMAS
- 5. PASTEBĖJIMAI

1. PASIRUOŠIMAS

1.3. Preliminariai pasiskaičiuoti, kokie būtų galimi kaštai. Eksportui pradėti taip pat reikia investicijų, ne tik įėjimo į rinką strategijos.

Patirtis rodo, kad dažnai įmonė neapskaičiuoja galimybių/neketina prisiimti atsakomybės ir kaštų kurie būtini bendradarbiaujant su užsienio partneriais (produktų tyrimai, vartotojų tyrimai, etikečių keitimas, produkto pardavimų palaikymas ir pan.).

Užsienio partneriai, kartą susidūrę su mūsų įmonių nepamatuotais ketinimais “įeiti/užimti naujas rinkas”, dar atsargiau vertina galimybę importuoti iš Lietuvos.

1.4. Nusiteikti proaktyviai veiklai, ieškoti pagalbos, be vien laukti kol kas nors ką nors suras. Tačiau iš kitos pusės, nebūti ir labai įkyriems užsienio kompanijoms.

2. KONTAKTŲ/PARTNERIŲ PAIEŠKOS ŠALTINIAI

2.1. Konsultacijos su Vokietijoje reziduojančiomis Lietuvos institucijų atstovais (ambasada, komercijos atašė, EL atstovas) ir tinkamo bendradarbiavimo šaltinio pasirinkimas

Vokietijoje yra per 20 paieškos kanalų, mokamų ir nemokamų. Viena iš labiausiai naudojamų yra mokama įmonių duomenų bazė HOPPENSTEDT, kurioje už apie 2000 EUR/metams galima gauti išsamų reikiamo sektoriaus įmonių su pilnais duomenimis sąrašą. Tokių duomenų bazių yra keletas. Ilgesnis, tačiau nemokamas kelias: naudoti regioninių Pramonės prekybos, Amatų rūmų (Vokietijoje jų yra tiek, kiek yra žemių) narių, arba sektorinių asociacijų (jų Vokietijoje apie tūkstantį) sąrašus. Tiesa, kartais imamas simbolinis mokestis.

2.2. Kreipiantis su užklausimu pageidautinas tikslinės potencialių klientų grupės įvardinimas (kas yra potencialus klientas). Tuo būdu palengvinamas Lietuvos atstovų užsienyje darbas, parenkant tikslinius paieškos kanalus ir klientus.

2. KONTAKTŲ/PARTNERIŲ PAIEŠKOS ŠALTINIAI

- 2.3. Vokietijoje vienas geriausių būdų rasti partnerius – pasirinkti šakines/sectorines/regionines mugės. Asmeninis kontaktas visada patikimesnis nei virtuali paieška.
- Praktiškas patarimas vykstantiems į didesnes parodas Vokietijoje: mažiausiai prieš trejetą mėnesių pradėti ieškoti viešbučių, o ne likus porai dienų kreiptis į atašė, kad "surastų pigų viešbutį šalia parodų centro".
- 2.4. Pasitarus su toje šalyje reziduojančiais komercijos atašė, patalpinti įmonės/produkcijos/paslaugų pasiūlymus įvairiuose verslo portaluose. Vokietijoje, pvz.: www.e-trade-centre.com, www.wlw.de ir kiti.
- 2.5. Pradėjus veiklą, įsijungti į užsienio šalių asocijuotų struktūrų gretas (pvz. regioninių), kurios propaguoja mūsų regioną ir per jų platformą plėtoti naujus ryšius.

3. PRISISTATYMAS

3.1. Labai svarbus yra įmonės pristatymas Vokietijos rinkai (kaip daryti patarti jau gali ir VŠĮ “EL”),

Vokietijoje yra BŪTINA vokiečių kalba, ypač bendraujant su mažesnėmis kompanijomis.

Prisistatymas (raštiškas) privalo būti paruoštas ne tik naudojant labai gerą vokiečių kalbą (ne studentų lygio, kas deja, daugiausia pasitaiko), tačiau ir vizualiai profesionaliai paruoštas (ne tik pilkas 1 psl. aprašomasis tekstas ką įmonė gamina ir parduoda). Jei yra galimybė, patarimas – kreiptis į specializuotas tos šalies agentūras – jos geriausiai žinos, kaip Jus pateikti vietiniams partneriams.

3.2. Trumpame Lietuvos įmonės profilyje vokiečių kalba turi būti įvardinta patirtis būtent toje šalyje ar kaimyninėse šalyse.

3. PRISISTATYMAS

3.3. Labai svarbu yra žinoti, kaip yra priimta užmegzti pirmąjį kontaktą, pateikti pasiūlymą, susitarti dėl susitikimo.

Vokietijoje pristatymą būtina išsiųsti paštu laišku (geriausia A4 formato), nes elektroniniu būdu siunčiant pasiūlymą/pristatymą laikoma prasto tono ir etiketo supratimo ženklų. Elektroninis susirašinėjimas yra labai paplitęs, bet daugiausia kaip tolimesnis, darbinis bendravimo būdas. Standartiškai, po 1-2 savaitių būtina asmeniškai paskambinti į įmonę ir pradėti pokalbį dėl galimo bendradarbiavimo (klausiant ar gautas laiškas, kaip vertina atsiųstą info/pasiūlymą ir t.t.). Jei nepaskambinama, ir tik laukiama atsakymo iš užsienio įmonės – tai laikoma nepakankamai rimtu kontaktu.

3.4. Vokietijoje verslas yra pakankamai konservatyvus: jei nesilaikoma jų taisyklių, tai interpretuojama kaip rimta bendradarbiavimo kliūtis.

3. PRISISTATYMAS

3.4. Labai svarbu yra įvykdyti tai, ką pažadėjote užsienio partneriui.

Patirtis rodo, kad nuolat susiduriame su užsienio įmonėmis, kurios po susitikimų (parodose, ar kituose renginiuose) taip ir nesulaukė žadėtų kainų, produktų ar kitos informacijos. Vis dar pasitaiko, kad mūsų įmonės tiesiog dingsta kuriam laikui, o po mėnesių vėl kreipiasi į užsienio partnerius, tačiau jomis greičiausiai nebenorima pasitikėti.

3.5. Planavimo terminų laikymasis: pradėti planuoti susitikimą su Vokietijos įmone mažiausiai prieš 2 mėn., dalyvauti parodoje / misijoje bent prieš 6 mėn.

3.6. Būtina turėti šiuolaikišką Interneto svetainę vokiečių ar bent anglų k. (Vokietijoje sėkmę garantuos vokiečių kalba) bei sutvarkytą e-bendravimą (info@manoimone.lt, vardas.pavarde@manoimone.lt, www.manoimone.lt).

4. ĮEJIMAS Į RINKĄ

4.1. Labai svarbu nuspręsti koku būdu įmonė įeis į naują užsienio rinką. Galima pasitelkti vietos ekspertus.

Įvairūs keliai:

a) tiesiogiai (brangiausias būdas), steigiant savo atstovybę ar filialą,

b) ieškant prekybos atstovo, kompanijos-partnerės.

c) kita (jūsų pasirinkta strategija).

4.2. Apmokėjimo už suteiktas paslaugas / prekės mokumo rizikos įvertinimas.

Šiai dienai labai aktualus klausimas: vokiečiai nemoka už pateiktas prekes: nelaukti po kelias savaites, o praėjus mokėjimo terminui, siųsti įspėjamuosius raštus ir tada pasitelkti pagalbą advokatą. O prieš pasirašant sutartis už nedidelį mokestį per pvz. CREDITREFORM (veikia ir Lietuvoje) patikrinti pirkėją Vokietijoje, ar jis mokus.

5. PASTEBĖJIMAI

Užklausimų pavyzdžiai (blogi):

“Sveiki, norėčiau sužinoti informacijos kaip atidaryti parduotuvę Vokietijoje, ačiū. “ kazysgiedraitis@gmail.com. T.y. Be įmonės pavadinimo, elementaraus prisistatymo, verslo srities ir pan.

“Mūsų įmonė gamina korpusinius baldus, mes ieškome kontaktų su pirkėjais Vokietijoje, gal ką galite pasiūlyti?”

“Esu verslininkas iš Lietuvos. Šiuo metu planuoju pradėti biokuro (iš biomasės) kuro granulių gamyba. ... Gal į Jus jau kreipėsi Vokietijos kompanijos....?”

“Ieškome prekiautojų lietuvišku medumi ... Tikimės greito atsakymo.”

5. PASTEBĖJIMAI

Užklausimų pavyzdžiai (geri):

- 1. Įmonė iš Kauno, elektronikos dalių gamintoja (puikus prisistatymas, paieškos kanalų analizė, aktyvus kontaktų ieškojimas, veržlumas).**
- 2. Įmonė iš Kauno raj. autopriekabų gamintojai (profesionalus prisistatymas, verslo plėtros strategija, partnerio Vokietijoje įtraukimas į popardaviminį servisą ir t.t.)**

Liutauras Labanauskas
LR Ūkio ministerijos komercijos atašė Vokietijoje

Tel. +49 30 890 68 113
Mobilus + 49 172 7977098
Email: LWA@net-art.de