

VERSLO PARTNERIŲ PAIEŠKA

Ką reikėtų žinoti verslui

Lina Gudelionytė-Gylienė

LEPA atstovė
Vokietijos Federacinėje Respublikoje

TURINYS

- **1. PRIEŠ PRADEDANT TARPTAUTINĮ BENDRADARBIAVIMĄ**
- **2. KONTAKTŲ/PARTNERIŲ PAIEŠKOS ŠALTINIAI VOKIETIJOJE**
- **3. ĮĖJIMAS Į RINKĄ**
- **4. PRISISTATYMAS**
- **5. PASTEBĖJIMAI**

1. PRIEŠ PRADEDANT TARPTAUTINĮ BENDRADARBIAVIMĄ - I

1.1. Susipažinti su pasirinktos šalies verslo specifika, priimtinomis bendravimo formomis, mentalitetu, verslo etika. Vokietijoje, kaip ir kitose šalyse, galioja savos (nerašytos) verslo taisyklės:

Verslo derybos:

- Verslas Vokietijoje yra hierarchinis, stipriai sureguliuotas ir gana biurokратиškas.
- Vengti konfrontacijų arba didelio spaudimo technikų. Tai gali duoti priešingus rezultatus.
- Susitikimuose tvirtai laikomasi numatytos darbotvarkės. Punctualumas yra ypač svarbus ir vertinamas.
- Asmeninės ir šeimos temos nėra priimtinos ir aptarinėjamos iki tol kol jas inicijuoja pats vokiečių partneris.



Etiketas:

- Pasisveikinimai yra formalūs.
- Trumpas, tvirtas rankų paspaudimas yra tradicinis pasisveikinimo būdas.
- Susitikime su verslo moterimi reikia palaukti kol ponია išties ranką, o ne tiesti pirmam/ai.
- Titulai yra labai svarbūs ir pažymi pagarbą. Naudokite asmens titulus ir pavardę iki tol, kol asmuo pakvies vadinti jį tiesiog vardu. Būtina kreiptis Frau arba Herr prieš asmens titulą ir pavardę.

Šaltiniai: www.german-business-portal.info/GBP/Navigation/en/Service/etiquette-manual.html, www.gaccny.com

1.2. Priimti sprendimą dėl Vokietijos, kaip strateginės rinkos pasirinkimo. Numatyti įėjimo į rinką mechanizmą, žingsnius, skirti pakankamai laiko ir sudaryti konkretų įėjimo planą.

1. PRIEŠ PRADEDANT TARPTAUTINĮ BENDRADARBIAVIMĄ - II

1.3. Preliminariai paskaičiuoti tarptautinio bendradarbiavimo pradėjimo kaštus. Eksportui pradėti reikia ir investicijų, ne tik įėjimo į rinką strategijos.

Vokietijoje beveik nieko nėra nemokamo (nuo automobilio parkavimo pas klientą iki įmonės atstovavimo).

Patirtis rodo, kad dažnai mūsų bendrovės 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 kontaktų, nelaukti kol kas nors ką nors suras.

Tačiau iš kitos pusės, nebūti ir labai įkyriems – Vokietijos kompanijos tai gali traktuoti tai kaip spaudimą.

1. PRIEŠ PRADEDANT TARPTAUTINĮ BENDRADARBIAVIMĄ - III

- 1.5. Kreiptis į LEPA, TPPD specialistus, ir susipažinti su išsamia specializuota informacija, skirta Eksportuotojams (www.lepa.lt).
- 1.6. Išsinagrinėti Vokietijos GTAi portale esančią informaciją “Doing Business in Germany”, skirtą užsienio įmonėms, pradedančioms veiklą Vokietijoje - www.gtai.de.
- 1.7. Susipažinti su informacija apie verslo, prekybos ir tarpininkavimo sąlygas Vokietijoje (mokesčiai, importo reikalavimai, normos, standartai, leidimai, sertifikatai, įdarbinimas, verslo etiketas, verslo pietūs ir kt.) - www.german-business-portal.info
- 1.8. Įvertinti vokiečių kalbos naudojimo privalumus.
- 1.9. Įvertinti Vokietijos rinkos dydį (populiacija - 84 mln. vartotojų, iš jų apie 10 mln. rusakalbių): federalinė ir regioninė rinkos. Pasirinkimas ir strategija, galimybės. Regionų skirtumai.

2. KONTAKTŲ/PARTNERIŲ PAIEŠKOS ŠALTINIAI UŽSIENYJE - I



2.1. Pasikonsultuoti su Vokietijoje reziduojančiais Lietuvos atstovais (LEPA, Komercijos atašė, Ambasados ekon. patarėjas) bei šioje rinkoje jau įsitvirtinusiomis įmonėmis.

2.2. Savarankiškai ieškant partnerių, naudokitės šiais kanalais:



1. Įmonių duomenų bazė HOPPENSTEDT www.hoppenstedt.de,
2. Per asocijuotų verslo struktūrų portalus:
 - ✓ **Prekybos rūmai** – Federaliniai Handelskammer HK <http://www.dihk.de/english/>, regioniniai visose žemėse, pvz. Hamburge - www.hk24.de, Šiaurės Vokietijos įmonių katalogas - www.hk24.de/Ressourcen/startApplication.jsp?applicationId=fit
 - **Amatų rūmai** - Handwerkskammer <http://www.zdh.de/>, visų žemių regioniniai Amatų rūmai, pvz. Hamburge - <http://www.hwk-hamburg.de/>.
 - **Verslo asociacijų sąjungos CDH** portalas: www.cdh.de
 - **Verslo atstovų sąjunga**: www.handelsvertreter.de – skelbiasi įvairių sričių prekybos atstovai/distributoriai – galite iškart rasti partnerį, arba už nedidelį mokestį galite patys registruoti paiešką ir surasti atstovą/agentą savo produktų ir paslaugų pardavimams.

2. KONTAKTŲ/PARTNERIŲ PAIEŠKOS ŠALTINIAI UŽSIENYJE - II



- 2.3. Vokietijoje vienas geriausių būdų rasti partnerius – pasirinkti šakines/sectorines/regionines muges. Nes asmeninis kontaktas visada patikimesnis nei virtuali paieška.**
- 2.4. Naudinga patalpinti įmonės/produkcijos/paslaugų pasiūlymus internetiniuose verslo portaluose.**
1. E-Trade Centre: www.e-trade-centre.com (yra 32 Lietuvos įm.skelbimai)
 2. Wer Liefer Was (kas ką tiekia): www.wlw.de (yra tik kelios Lietuvos įmonės)
 3. LR Ambasados Vokietijoje partnerių paieškos portale: <http://de.mfa.lt>
 4. LEPA pasiūlymų/paiėškos portale www.lepa.lt
- 2.5. Pradėjus veiklą Vokietijoje, patartina įsijungti į užsienio šalių asocijuotų struktūrų gretas (regioninių, pvz. Ost- und Mitteleuropa Verein, Baltic Sea Forum, ir kt.), kurios propaguoja mūsų regioną ir per jų platformą plėtoti naujus ryšius.**
- 2.6. Populiarus verslo tinklas XING.DE – Business Network/Social Network for Business Professionals – patartina registruotis ir naudotis.**



3. ĮEJIMAS Į RINKĄ I

3.1. Priėmus sprendimą, kad Vokietija yra strateginė rinka, labai svarbu nuspręsti kokiū būdu įmonė įeis į naują užsienio rinką. Rekomenduotina pasitelkti vietos ekspertus/konsultantus, kurie pažįsta savo rinką.

Pavyzdžiui, galimi įėjimo į Vokietijos rinką keliai:

- a) tiesiogiai, steigiant savo atstovybę ar filialą (brangiausias būdas),
- b) ieškant prekybos atstovo, kompanijos-partnerės (pirminiame etape palankiausias būdas);
- c) pasitelkiant į pagalbą konsultacinę/marketingo kompaniją;
- d) kita (Jūsų pasirinkta strategija).

3.2. Potencialių partnerių mokumo ir rizikos vertinimas prieš pasirašant atstovavimo, pardavimo ir kitas sutartis.

Pvz.: CREDITREFORM (veikia ir Lietuvoje) patikrinti pirkėją Vokietijoje, ar jis mokus.



3. ĮEJIMAS Į RINKĄ II

3.3. Patartina naudotis teisininkų paslaugomis sudarant sutartis: Lietuvoje arba Vokietijoje.

Dažnai nepakanka žinoti įstatymų, reikia išmanyti ir jų taikymą.

Įstatymai internete: www.gesetze-im-internet.de

3.4. Patiems atlikti minimalius rinkos tyrimus dėl Jūsų galimybių Vokietijos rinkoje.

Pvz. : www.ifo.de

www.bundesregierung.de

Handelsblatt.de

Wirtschaftswoche.de

Frankfurter Allgemeine Zeitung, www.FAZ.de

Financial Times, Deutschland www.ftd.de



4. PRISISTATYMAS - I

4.1. Labai svarbus yra įmonės pristatymas Vokietijos rinkai.

Kaip tai daryti patarti gali ir LEPA Tarptautinės prekybos departamento (eksporto) kolegos arba www.lepa.lt, skirtas eksportuotojams.

1. Pristatymas (raštiškas) turėtų būti paruoštas naudojant gerą vokiečių kalbą, rekomenduotina - patikrintą vokiečių kalbos stilisto.
2. Pristatymas turi būti vizualiai profesionaliai paruoštas (ne tik pilkas 1 psl. aprašomasis tekstas ką įmonė gamina ir parduoda).
3. Jei yra galimybė, patarimas – dėl įmonės pristatymo kreiptis į specializuotas tos šalies agentūras - jos geriausiai žinos, kaip Jus pateikti vietiniams partneriams. PAVYZDYS.

4.2. Trumpame Lietuvos įmonės pristatyme vokiečių kalba patartina įvardinti Jūsų patirtį/nuorodas/rekomendacijas (ypač Vokietijoje).



4. PRISISTATYMAS - II

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

1. Vokietijoje pristatymą patartina išsiųsti paštu - laišku voke (geriausia A4 formato).
2. Elektroninis susirašinėjimas yra labai paplitęs kaip tolimesnis, darbinis bendravimo būdas.
3. Standartiškai, nusiuntus paštu užklausimą, 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.
4. Be to, Vokietijoje iki šiol labai paplitęs fakso ryšys.

4.4. Vokietijoje verslas yra konservatyvus: jei nesilaikoma jų taisyklių, tai interpretuojama kaip rimtas bendradarbiavimo barjeras (t.y. kaip tam tikras nenuspėjamumas).



4. PRISISTATYMAS - III

4.4. Labai svarbu yra įvykdyti tai, ką tiksliai pažadėjote užsienio partneriui.

Vokietijoje įprasta, kad po susitikimų (parodų ar kitų renginių) kelių dienų bėgyje partneriams išsiunčiami laiškai, reziumuojantys susitikimo rezultatus.

4.5. Po sėkmingo prisistatymo svarbu - planavimo terminų laikymasis: pradėti planuoti susitikimą su Vokietijos įmone mažiausiai prieš 2 mėn., dalyvauti parodoje / misijoje bent prieš 6 mėn.

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



5. PASTEBĖJIMAI

Kreipiantis su užklausimu pageidautinas tikslinės potencialių klientų grupės įvardinimas. Tuo būdu palengvinamas atašė ir atstovų užsienyje darbas, konsultuojant ir padedant surasti efektyvius paieškos kanalus ir klientus.

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, t.t.)



**LINKIU SÈKMÈS IEŠKANT IR RANDANT NAUJAS
GALIMYBES VOKIETIJOS RINKOJE –
PRISOTINTOJE, BET NEPASOTINAMOJE.**

**“Ekonomika 50 % susideda iš psichologijos”, -
Vokietijos Kanclerė Angela Merkel
(Frankfurter Allgemeine Zeitung,
14.11.2009, Nr.265, psl.3.)**

DÈKOJU UŽ DÈMESĮ!