ÁO KHOÁC NỮ SỢI TỔNG HỢP (HS 620433) – THỊ TRƯỜNG ĐỨC – NGƯỜI MUA HÀNG

Giới thiệu

Tài liệu này bao gồm những phần sau đây:

A. Cấu trúc thương mại

B. Danh sách người mua hàng tiềm năng

C. Thông tin mẫu của một người mua hang

A. CẤU TRÚC THƯƠNG MẠI

Nhóm đối tượng chính của bạn là ai? Cách thức để tiếp cận thị trường!

Các kênh phân phối phù hợp với các nhà xuất khẩu Việt Nam

Cách thức thâm nhập thị trường hàng dệt may của Đức hiệu quả nhất và chi phí thấp nhất là thuê một đại lý bán hàng hoặc một đại diện. Đại lý thường được trả phần trăm hoa hồng và được chuyên môn hóa với từng sản phẩm. Các đại diện được trả lương để thay mặt cho nhà xuất khẩu.

Tại Đức có Hiệp hội Quốc gia các đại lý phân phối (CDH), các nhà xuất khẩu nước ngoài có thể liên hệ để hỏi thuê đại lý.

Một kênh phân phối khác thích hợp nhất tại Đức cho các nhà xuất khẩu áo khoác nữ sợi tổng hợp (HS 620433) của Việt Nam là thâm nhập hàng hóa thông qua các nhà nhập khẩu hay các công ty bán sỉ hàng dệt may ở Đức. Các công ty bán buôn/nhà nhập khẩu này thường là những người có hiểu biết sâu sắc về từng sản phẩm và nhóm sản phẩm dệt may. Họ sẽ có trách nhiệm lo mọi thủ tục, giấy tờ cần thiết, lưu kho bãi khi hàng đến cảng, phân phối hàng và các việc liên quan đến việc nhập khẩu lô hàng dệt may vào Đức. Các nhà nhập khẩu và các nhà bán sỉ này sẽ bán hàng cho các nhà bán lẻ lớn, nhỏ.

Các nhà sản xuất cũng có thể bán sản phẩm qua các trung tâm mua bán ở Đức. Các trung tâm này có kho hàng và có các chuyên gia hiểu biết sâu về thị trường có thể giúp bán sản phẩm vào Đức qua việc gom các nhu cầu nhỏ thành đơn hàng nhập khẩu khối lượng lớn, tăng được khả năng cạnh tranh.

Việc mua bán, đặt hàng điện thoại qua catalogue cũng là hình thức phổ biến tại Đức. Đặc biệt hiện nay, với sự phát triển mạnh mẽ của thương mại điện tử, việc mua bán quần áo và các sản phẩm dệt trực tuyến qua internet đã phát triển rất nhanh tại Đức.

Một số các nhà nhập khẩu, bán sỉ hàng may mặc của Đức gồm:

- Gerry Weber International: http://www.gerryweber-ag.de
- Bonita Mode: http://www.kl-ruppert.com

- Glas Blessing: http://www.glas-blessing.de
- Peek & Cloppenburg: http://www.peek-cloppenburg.com/fileadmin/cs/

Ở Đức có hàng nghìn các hãng bán buôn hàng may mặc (trong đó có áo khoác). Địa chỉ liên hệ của các hãng bán buôn có thể tìm qua trang web http://www.dino-online.de, gõ từ khóa: 'grosshandel Kinderbekleidung' (bán lẻ quần áo trẻ em). Có thể tìm bằng cách khác như gõ amenoberbekleidung, Herrenoberbekleidung hay gõ tên sản phẩm.

Trang web của tạp chí thương mại Textil Wirtschaft: http://english.twnetwork.de cũng là một nơi có thể tìm kiếm thông tin cần thiết. Nhấp chuột vào 'nhà cung cấp', sau đó có thể chọn theo công ty, nhãn hiệu hay sản phẩm, tên tổ chức như bán buôn, nhà nhập khẩu...

Một số nhà sản xuất lớn khác cũng bán hàng của họ thông qua các chuỗi cửa hàng kinh doanh theo hình thức nhượng quyền thương mại bao gồm S Oliver, Tom Tailor, Mexx và Street One.

Hệ thống phân phối bán lẻ

Các dạng bán lẻ dưới hình thức hoạt động xuyên quốc gia, quốc tế hóa hay tập trung) đều tồn tại ở Đức. Nhiều nhà bán lẻ nước ngoài rất năng động trên thị trường hàng may mặc (gồm áo khoác) Đức, trong đó quan trọng nhất là:

- Hennes & Mauritz (Thuỵ Điển),
- Vögele (Thụy Sỹ),
- The Mulliez Group (Pháp),
- Chuỗi thương hiệu Orsay và Pimkie,
- Benetton (Italy), Esprit (USA),
- Zara and Mango (Tây Ban Nha),
- M&S Mode, WE and Zeeman (Ai-len).

Các ví dụ về bán lẻ tập trung là các tập đoàn như Karstadt/Quelle, là tập đoàn kinh doanh hàng đầu của Đức, Otto Group và Metro Group.

Thị trường bán lẻ hàng dệt may ở Đức hiện khá tập trung: 20% công ty chiếm 50% thị phần.

Khoảng 35% các nhà bán lẻ độc lập là thành viên của tập đoàn thu mua. Ngoại trừ Hà Lan, không như các nước châu Âu khác, các công ty thu mua đóng vai trò quan trọng trong việc mua hàng phục vụ các nhà bán lẻ độc lập như ở Đức.

Tập đoàn mua hàng may mặc quan trọng nhất ở Đức là:

- Ardek (http://www.ardek.de) tập trung vào đồ trẻ em và các sản phẩm quần áo trẻ em,
- Katag-abz (http://www.katag.net); Sütegro (http://www.suetegro.de) tập trung vào đồ may mặc dành cho phụ nữ.

Một số hệ thống các cửa hàng thể thao và hàng may mặc chuyên biệt chính ở Đức:

- Tập đoàn C&A: http://www.c-and-a.com
- P&C: Peek & Cloppenburg Nord http://www.peek-und-cloppenburg.de
- Peek & Cloppenburg West http://www.peekundcloppenburg
- Karstadt/Quelle: http://www.sinnleffers.de
- Wöhrl: http://www.woehrl.de
- K+L Ruppert: http://www.kl-ruppert.com
- Ulla Popken (Popken Group): http://www.ullapopken.com
- Kids Stores C&A: http://www.c-and-a.com

Đồ mặc ngoài trời:

- New Yorker Friedrich Knapp: http://www.newyorker.de
- Mister + Lady Jean Western Store Beran: http://www.mljeans.de
- Jeans Fritz Schaeffer-Kuehn: http://www.jeans-fritz.de
- Đồ thể thao: Runners Point Hannover Finanz: http://www.runnerspoint.de

Cửa hàng dẫn đầu là Karstadt and Kaufhof. Karstadt thuộc sở hữu của Arcandor, là tên mới của Karstadt/Quelle (http://www.arcandor.com).

Galeria-Kaufhof (http://www.galeria-kaufhof.de) là một phần của Metro. Một cửa hàng nữa là Breuninger (http://www.breuninger.de).

Các cửa hàng Woolworths (http://www.woolworth.de), trong đó hàng may mặc chiếm 40% tổng doanh thu.

Các công ty bán hàng tại nhà chiếm một vị trí quan trọng trong thị trường bán lẻ áo khoác tại Đức. Những công ty đứng đầu bao gồm

- Quelle (http://www.quelle.de),
- Neckermann (http://www.neckermann.de),
- Otto (http://www.otto.de)
- Klingel (http://www.klingel.de).

Các công ty bán hàng tại nhà độc lập khác là

- Bader (http://www.bader.de)
- Walbusch (http://www.walbusch.de).

Nhiều đồ dệt may bao gồm cả áo khoác có thể được tìm thấy với số lượng ngày càng tăng ở các siêu thị như:

- Aldi (Aldi Nord; http://www.aldi-essen.de và Aldi Sud; http://www.aldi-sued.de),
- Edeka (http://www.edeka.de),
- Lidl (http://www.lidl.de)
- Penny (http://www.penny.de).

Hầu hết những tổ chức bán lẻ này cũng bán các mặt hàng dệt may và vải sợi (trong đó có áo khoác).

Hệ thống siêu thị bán áo khoác tại Đức gồm:

- Real and Extra (thuộc sở hữu của Metro Gruppe - http://www.metrogroup.de);
- Kaufland/Kaufmarkt (thuộc sở hữu của Lidl & Schwarz - http://www.kaufland.de);
- Marktkauf/dixi (thuộc sở hữu của AVA - http://www.marktkauf.de/sb-warenhaus.html);
- Tengelmann (http://www.tengelmann.de).

Các kênh phân phối khác bao gồm những nhà bán buôn với các hoạt động bán lẻ, bao gồm cả các hoạt động bán lẻ về đồ may mặc, hàng dệt và bán hàng tại nhà); bán hàng trên đường phố và các cửa hàng giới thiệu sản phẩm tại các nhà máy:

- Metro and Carry (http://www.metro-cc.de) của Metro Group;
- Fegro (http://www.fegro-selgros.de);
- Tchibo (http://www.tchibo.com

Hầu hết các tổ chức bán lẻ đã đề cập ở đây đều rất năng động ở phân đoạn thị trường dệt may (gồm áo khoác) bậc trung và/hoặc những phân đoạn thị trường bậc thấp.

Xu hướng cấu trúc thương mại

- Nhu cầu thay đổi nhanh chóng theo sở thích người tiêu dùng và theo mùa hơn trong năm dẫn đến xu hướng chung của các hệ thống chuỗi cửa hàng là yêu cầu nhà cung cấp giao hàng thời gian ngắn hơn, số lượng đơn hàng nhỏ hơn và nhiều chủng loại hàng hơn.
- Vai trò của nhà mua sỉ và nhà nhập khẩu sẽ giảm dần trong khi vai trò của chuỗi cửa hàng, các tập đoàn mua hàng (buying groups) và hệ thống nhượng quyền thương mại sẽ tăng lên trong những năm tới. Song song với xu hướng các nhà cung cấp tự mang hàng của mình ra nước ngoài, các nhà bán lẻ hay nhà mua sỉ cũng có xu hướng nhập hàng trực tiếp.
- Ở khu vực bán lẻ, xu hướng thời trang sẽ rõ nét hơn qua một hệ thống phân phối rộng hơn và sự xuất hiện những nhãn hàng của các nhà thiết kế và các bộ sưu tập độc quyền.

Vai trò của thương mại điện tử

Thương mại điện tử không đóng vai trò quan trọng trong ngành công nghiệp may mặc của châu Âu, do thực tế mối quan hệ quen biết cá nhân trong ngành may mặc là quan trọng nhất. Tuy nhiên, hiện nay tại Đức thương mại điện tử đã trở nên phổ biến và chiếm khoảng 15% tổng doanh số bán quần áo, các nhà cung cấp từ các quốc gia đang phát triển nên:

- Tự tiếp thị mình trên mạng bằng cách tạo ra website giới thiệu công ty, sản phẩm, máy móc..., giấy chứng nhận mà công ty hiện có như: ISO, SA 8000, Reach....
- Bên cạnh đó nhà xuất khẩu cũng nên đăng ký thông tin công ty trong những tài liệu chuyên ngành để giúp cho đối tác có ấn tượng tốt hay có thể ghi nhớ về công ty của mình.
- Bạn nên sử dụng email thường xuyên trong việc trao đổi với các đối tác.

Khuyến nghị

Cố gắng thiết lập mối quan hệ bền vững với nhà nhập khẩu sỉ của Đức. Để biết thêm chi tiết, xin tham khảo thêm Thông tin mẫu của một người mua hàng và cách lập một danh sách tổng hợp.

B. DANH SÁCH NGƯỜI MUA HÀNG TIỀM NĂNG

Danh sách tổng hợp

Với việc sử dụng internet, khách hàng có thể tự tạo ra được một danh sách các khách hàng tiềm năng một cách chủ động. Trước khi bắt đầu, vui lòng đọc thông tin ở phần Cấu trúc Thương mại của mặt hàng này. Sử dụng những thông tin đó để xác định nhóm các khách hàng mục tiêu. Phương pháp này hỗ trợ bạn tìm khách hàng một cách dễ dàng cũng như có thể tiết kiệm thời gian chi phí và có thể tìm được đối tác lâu dài.

Lưu ý rằng việc xây dựng một danh sách những khách hàng triển vọng đòi hỏi bạn phải đầu tư nhiều thời gian. Vì vậy bạn cần có thời gian để làm quen với các website và các cơ sở dữ liệu được đề cập dưới đây.

Nguồn thông tin

Thông qua trang web của CBI và các website về thị trường Đức bạn có thể xây dựng một danh sách tổng hợp. Ví dụ:

- TextilWirtschaft Network - http://www.twnetwork.net/. Chọn thư mục “Suppliers”, ở mục phân loại sản phẩm, chọn tab “womenswear”, sau đó chọn loại hình công ty muốn tham khảo dưới mục các loại hình công ty kết hợp với việc chọn tab “jacket” hoặc “general woman”.
- Alibaba - http://www.alibaba.com. Chọn mục “Buyers”, sau đó điền từ khoá cần tìm vào mục sản phẩm (VD: “Jackets”), chọn thị trường Đức.
- Google – http://www.google.com. Dùng trang này để tìm kiếm danh sách của các

công ty chuyên về nhập khẩu các mặt hàng về áo khoác. Bạn có thể sử dụng từ khóa 'jacket importers germany' để tìm kiếm danh sách các công ty.

- Tham khảo các trang web về các hội chợ thương mại chuyên ngành may mặc như http://www.cpd.de , vào phần "Exhibition list", bạn chọn "download list of exhibitors".
- Bạn có thể tìm danh sách các công ty tại website: http://www.kompass.com (dùng từ khóa), http://www.bizeurope.com (tìm theo thể loại) và http://www.europages.net (chọn ngôn ngữ trước khi tìm sản phẩm).
- Fibre2Fashion – http://www.fibre2fashion.com – trang web trao đổi thông tin mua bán hàng đầu về mặt hàng này.
- Apparel Search – http://www.apparelsearch.com – và The Virtual Garment Centre – http://www.garment.com – là danh bạ trong ngành công nghiệp may mặc.
- Liên hiệp vải dệt và hàng may mặc của châu Âu (The European Apparel and Textile Confederation) – http://www.euratex.org
- Hiệp hội các nhà bán lẻ thời trang của châu Âu (The European Association of Fashion Retailers) – http://www.aedt.org – là một thành viên của Liên đoàn dệt may quốc tế (the International Apparel Federation) – http://www.iafnet.com.
- Ngành công nghiệp y phục của Đức (The German Clothing Industry) – http://www.germanfashion.net
- Hiệp hội dệt may Đức (the German Textile Association) – http://www.textil-mode.de.
- Hội công nghiệp Dệt may và Thời trang Đức (Gesamtextil)9 : một hội lớn bao gồm các tổ chức địa phương và hiệp hội thương mại: http://www.textil-mode.de/en
- Textination10 : website hợp nhất toàn ngành dệt may Đức. Mục đích chính của website là cung cấp thông tin chính xác nhất về ngành công nghiệp dệt may Đức, cũng như các thông tin về thị trường bán lẻ: http://textination.de/en/Home?LANGUAGECODE=en
- Viện các doanh nghiệp giao thương bán lẻ Dệt may Đức (BTE) 11: cung cấp danh bạ hoàn chỉnh nhất về các công ty trong ngành bán lẻ mặt hàng dệt may. Website của học viện này còn xuất bản cuốn "Hướng dẫn giao thương trong ngành bán lẻ may mặc Đức", . Cuốn sách này liệt kê đầy đủ các thông tin hữu ích về nhu cầu của 85% doanh nghiệp bán lẻ trên toàn đất nước:

  http://www.bte.de/bte/Zahlen-Daten/Trade-Addresses.php
- Ngoài ra, Hội thu mua và Marketing Liên Bang Đức (ZGV) 12 là tổ chức bao gồm các doanh nghiệp thương mại, dịch vụ có quy mô vừa. ZGV bao gồm 220 ngàn công ty thành viên, cũng như 320 hội thu mua: http://www.zgv-online.de
- Hội đại diện thương mại và phân phối Liên bang (CDH): http://cdh24.de/en/verband/organisation

Tạo danh sách chọn lọc

Sau khi có được danh sách tổng hợp, bạn sẽ có trong tay rất nhiều công ty nhưng không phải công ty nào cũng có triển vọng. Bạn sẽ phải sàng lọc để có được một danh sách ngắn hay chọn lọc. Những gợi ý sau có thể giúp ích cho bạn trong việc sàng lọc:

- Kiểm tra thông tin trên website của các công ty (về quy mô, chính sách tìm kiếm nguồn hàng, sản phẩm, chiến lược cạnh tranh...).
- Gọi điện đến các công ty còn lại và/hoặc các hiệp hội để có thêm thông tin chi tiết.
- Cũng có thể liên lạc bằng thư điện tử, tốt nhất là sau khi đã gọi điện.

Tiếp cận đối tác

Cách tốt nhất để gặp được các khách hàng tiềm năng là tại hội chợ thương mại chuyên ngành về may mặc, hiệp hội thương mại ngành may mặc, dệt may, các tổ chức khác có liên quan đến thời trang.

Ở Đức có các hội chợ thương mại chính cho ngành may mặc như sau:

- Hội chợ CPD Woman/Man ở Dusseldorf http://www.cpd.de
- Hội chợ ISPO ở Cologne http://www.ispo.com
- Asia Apparel Expo-Berlin http://www.asiaapparelexpo.com/info_factsheet.php

Hãy dùng danh sách chọn lọc của bạn để bố trí các cuộc hẹn tại các hội chợ này.

Khi lựa chọn đối tác, bạn cần tìm hiểu các thông tin như:

- Loại sản phẩm mà họ bán chủ yếu về chất liệu hay thời trang?
- Họ bán sản phẩm cho những nhóm đối tượng nào?
- Họ sẽ bán lại sản phẩm nhập khẩu từ nhà sản xuất cho ai? (các nhà bán lẻ lớn hay nhỏ? các cửa hàng bách hóa lớn hay là các nhóm thu mua?...)

Bạn có thể tìm thấy thông tin về các đối tác của mình thông qua website của họ.

Bạn cũng có thể liên lạc với nhà nhập khẩu qua điện thoại để tự giới thiệu về mình. Trước tiên bạn phải có được tên của người quản lý chịu trách nhiệm nhập hàng. Kế đến bạn nên sắp xếp một cuộc nói chuyện điện thoại ngắn với người đó và giữ liên lạc qua thư điện tử, trong thư hãy đề cập đến cuộc điện đàm mà bạn đã thực hiện. Sau vài ngày, gọi điện cho người phụ trách mua hàng một lần nữa để xem họ có quan tâm đến lời đề nghị của bạn hay không. Có thể họ sẽ muốn bạn gởi một số thông tin giới thiệu về sản phẩm của công ty của bạn.

Khuyến nghị

Phải chắc chắn là bạn đáp ứng được nhu cầu của thị trường và của khách hàng. Xin vui lòng xem thêm phần Yêu cầu tiếp cận thị trường cho sản phẩm này và Thông tin mẫu của một người mua hàng để biết thêm thông tin.

C. THÔNG TIN MẪU CỦA MỘT NGƯỜI MUA HÀNG

Học từ một khách hàng tiềm năng hàng đầu !

Ngành kinh doanh chính của công ty

Leineweber GmbH & Co. KG là tập đoàn kinh doanh hàng may mặc với 467 cửa hàng.

Loại sản phẩm

Leineweber GmbH & Co. KG được biết đến với các thương hiệu chính là Brax Feel Good, Eurex by Brax, Raphaela by Brax , Brax Golf chuyên cung cấp các sản phẩm quần, áo cho nữ.

Lãnh địa hoạt động

Các thương hiệu của Leineweber GmbH & Co. KG có mặt ở hầu hết các quốc gia châu Âu, châu Á…

Yêu cầu đối với nhà cung cấp

Leineweber GmbH & Co. KG yêu cầu sản phẩm cung cấp phải được làm dưới những điều kiện môi trường đảm bảo sức khoẻ người lao động theo những tiêu chuẩn của ILO.

Khuyến nghị

Hồ sơ của Leineweber GmbH & Co. KG chỉ là một ví dụ của nhà nhập khẩu may mặc tiềm năng ở Đức, giúp bạn hiểu hơn về ngành may mặc ở thị trường này. Nó cũng có thể giúp bạn dự đoán được các nhà mua hàng yêu cầu gì ở mình.

Xin vui lòng xem thêm phần Cấu trúc thương mại và phần Danh sách người mua hàng tiềm năng cho sản phẩm này.

Cuối cùng, vui lòng vào website của Leineweber GmbH & Co. KG http://www.brax-fashion.com để biết thêm thông tin.

Nguồn:

- *www.cbi.eu*
- *http://www.tapchicongnghiep.vn/News/channel/1/News/160/15727/Chitiet.html*
- *http://www.dangkynhanhieu.vn/dich-vu-khac/36-dang-ky-nhan-hieu/8064-dangkynhanhieuvn-h-thng-phan-phi-ao-khoac-ngoai-ti-c.html*