

QUẦN DÀI NỮ SỢI TỔNG HỢP (HS 620463) – PHÁP 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 hàng](#)
- D. [Kinh nghiệm thực tiễn](#)

A. CẤU TRÚC THƯƠNG MẠI

Nhóm đối tượng chính của bạn là ai? Cách thức để thâm nhập thị trường!

Kênh phân phối thích hợp cho nhà xuất khẩu Việt Nam

Kênh phân phối thích hợp cho các nhà xuất khẩu Việt Nam là các công ty thương mại nhập khẩu (Importing trading companies) và các nhà sản xuất nhập khẩu (importing manufacturers).

Các xu hướng trong cấu trúc thương mại (Kênh phân phối)

- Thị trường phân phối bán lẻ ở Pháp ít tập trung hơn Anh, có nhiều nhà bán lẻ độc lập. Các nhà bán lẻ này mua trực tiếp từ nhà sản xuất (trong nước hoặc các nước lân cận) và nhà nhập khẩu/bán sỉ.
- Việc mở rộng và phát triển mạnh ở các mặt hàng ngoài thực phẩm trong đó có hàng may mặc của các siêu thị/đại siêu thị tạo nhiều áp lực cho các nhà bán lẻ hàng may mặc.
- Mô hình nhượng quyền thương mại và các tập đoàn mua hàng (buying groups) rất phát triển tại Pháp. Các tập đoàn mua hàng hoạt động trên cơ chế giảm thiểu chi phí vận chuyển và hậu cần.

Vai trò của thương mại điện tử

Đối với ngành công nghiệp may mặc, thương mại điện tử không đóng vai trò qua trọng. Nhà cung cấp nên có một website giới thiệu công ty (mặt hàng công ty làm, chứng chỉ đạt được, có máy CAD/CAM, loại máy móc của công ty, catalogue...) được cập nhật thường xuyên, tuy nhiên mối liên hệ cá nhân và quan hệ kinh doanh giữa nhà cung cấp và người mua hàng đóng vai trò quan trọng nhất.

Sau khi tạo được mối quan hệ với khách hàng thì nhà cung cấp phải có khả năng liên tục giữ liên lạc (follow-up) với khách hàng bằng email hiệu quả và nhanh chóng. Những thông báo, cập nhật thông tin về hàng vận chuyển cũng rất quan trọng đối với khách hàng.

Quy trình mua hàng

Ở Pháp cũng như các nước Châu Âu khác, hầu hết các nhà mua hàng đều tìm kiếm đối tác lâu dài. Các nhà mua hàng Pháp mong tìm được nhà cung cấp đáng tin cậy trên phương diện chất lượng sản phẩm, đáp ứng nhanh chóng và giá cả hợp lý. Giá cả nhập khẩu vào Pháp chịu áp lực rất lớn vì nhà mua hàng rất nhạy cảm trong sự khác biệt hay thay đổi về giá.

Các nhà mua hàng Pháp sẽ đánh giá cao nếu các nhà cung cấp của họ có được chứng chỉ SA 8000 và ISO 9001.

Khuyến nghị

Cố gắng thiết lập mối quan hệ bền vững với nhà nhập khẩu của Pháp. 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

Tim nhà nhập khẩu sản phẩm quần dài !

Danh sách tổng hợp

Thông qua việc sử dụng Internet, bạn có thể tự tạo ra được một danh sách các khách hàng tiềm năng. Nhưng trước khi bắt đầu, xin hãy đọc phần cấu trúc thương mại của hàng may mặc (cụ thể là sản phẩm quần dài/thị trường Pháp) và dựa vào đó để nhận diện nhóm đối tượng bạn đang quan tâm. Với phương pháp này, bạn sẽ tiết kiệm được thời gian nhờ chuẩn bị tốt và có thể tìm được đối tác dài hạn một cách dễ dàng. Xin lưu ý rằng việc xây dựng một danh sách với 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 tư liệu

Dùng các nguồn thông tin sau để xây dựng một danh sách tổng hợp.

1. Hội chợ

- <http://www.interselecion.net>

Vào “exhibitor search”

- <http://www.premierevision.fr>

Vào “exhibitor list” - “Interactive map/guide” – Chọn mục ở thanh công cụ phía bên trái để tìm chi tiết. (Trong trường hợp này, các bạn nên click vào “French” để tìm các exhibitor của Pháp).

2. Europages – <http://www.europages.com>

Đầu tiên tìm những từ khóa như “trousers” hay “outerwear”. Sau đó vào ô “also search according to type of activity or type of company” để có thể có những lựa chọn chi tiết hơn.

3. <http://www.kompass.com> – website directory.

Bước 1 Gõ vào các từ khóa “trousers”/ “outerwear” và chọn France.

Bước 2: Chọn sản phẩm bạn cần tìm (ví dụ: outerwear , weatherproof, cotton)

Bước 3: Kết quả

Bước 4: Click chuột vào tên công ty để biết thêm thông tin.

4. Google – <http://www.google.com>

Sử dụng Google để tìm khách hàng tiềm năng. Tuy nhiên bạn nên sử dụng ít nhất là 3 từ khóa, ví dụ như “trousers wholesalers France” hay “outerwear wholesalers France”.

Tạo danh sách chọn lọc từ danh sách tổng hợp

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 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.
- Đồng thời tận dụng thư điện tử (email), tốt nhất là sau khi đã gọi điện.

Tiếp cận đối tác

Các nhà mua hàng Pháp gặp các nhà cung cấp mới qua việc đi dự hội chợ. Một trong số những hội chợ quan trọng nhất là ở Pháp Premiere Vision (<http://www.premierevision.fr>), Interselecion (<http://www.interselecion.net>). Dùng danh sách chọn lọc của bạn để làm những cuộc hẹn ở hội chợ.

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 mua hàng. Kể đến bạn nên sắp xếp một cuộc nói chuyện điện thoại ngắn với người đó và giữ liên lạc qua thư điện tử (email), trong thư nhớ 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 gửi một tờ brochure giới thiệu về sản phẩm của công ty của bạn.

Khuyến nghị

Phải chắc chắn là bạn đã sẵn sàng đáp ứng được yêu cầu của thị trường và của khách hàng. Xin vui lòng xem thêm phần Yêu cầu tiếp cận thị trường cho sản phẩm này. Ngoài ra, bạn có thể xem thêm Thông tin mẫu của một người mua hàng để có 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

Là nhà bán lẻ ở với chủng lượng mặt hàng phong phú phục vụ các mặt của đời sống.

Kích cỡ của công ty

Có khoảng 456.000 nhân viên và làm việc với hàng ngàn nhà cung cấp, Carrefour là nhà bán lẻ số một ở Châu Âu với hệ thống đại siêu thị có mặt ở hầu hết các nước ở Châu Âu và trên thế giới.

Chính sách về chất lượng

Năm 2003, Carrefour đã đưa ra những quy định để tăng độ an toàn cho sản phẩm may mặc, đặc biệt đồ cho trẻ em. Trong 2 năm sau đó, hơn 5000 sản phẩm may mặc đã được kiểm định hơn 200.000 ngàn chất khác nhau bởi những nhà đại lý độc lập. Những yêu cầu về an toàn sản phẩm thường xuyên được tư vấn bởi các chuyên gia trong ngành.

Carrefour cũng cam kết không làm ảnh hưởng đến môi trường

Yêu cầu đối với nhà cung cấp

Năm 2004, Carrefour cho ra đời Quy chuẩn về Đạo đức. Carrefour đã ký hiệp định với tổ chức UNI (Liên mạng quốc tế) vào năm 2001. Carrefour cũng đã làm việc hơn 10 năm với Liên đoàn về Nhân quyền và thuộc nhóm sáng kiến các tiêu chí xã hội. Carrefour cũng đã gắn liền với chương trình Tuân thủ xã hội toàn cầu, phát huy quyền của người lao động trong chuỗi cung ứng toàn cầu của mình.

Carrefour yêu cầu sản phẩm cung cấp phải được làm dưới những điều kiện lao động công bằng bao gồm đúng luật pháp, công bằng cho người lao động, điều kiện làm việc tử tế và không xâm hại đến môi trường.

Khuyến nghị

Hồ sơ của Carrefour chỉ là một ví dụ của nhà nhập khẩu may mặc tiềm năng ở Pháp, 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 Carrefour để biết thêm chi thông tin <http://www.carrefour.fr>

D. KINH NGHIỆM THỰC TIỄN

Phương pháp thanh toán

Hầu hết là bằng phương thức LC trong vòng 60 – 90 ngày, nhưng thông thường tối thiểu là 90 ngày. Do vậy nhà sản xuất phải xem xét kỹ trước khi quyết định cung ứng hàng cho Pháp.

Vận chuyển

Hầu hết việc vận chuyển là bằng đường biển.

Điều kiện giao hàng

Hầu hết là FOB hay CIF, hàng vận chuyển đóng trong container 20-40 feet và thường mất khoảng 3-4 tuần để đến Pháp.

Đóng gói

Tùy theo yêu cầu của khách hàng và từng loại mặt hàng mà hàng sẽ được đóng gói dạng treo đứng rồi đưa vào container hay đóng gói và cho vào hộp cac – tong trước khi được đóng lên pallet. Nếu đóng hàng vào hộp thì thông thường một hộp cac – tong thường không nặng quá 18kg.