

GIÀY THỂ THAO HS.640319 – ĐỨC

NGƯỜI MUA HÀNG

A. CẤU TRÚC THƯƠNG MẠI

1. Những kênh thích hợp cho nhà xuất khẩu Việt Nam

Đức là một thị trường đầy tiềm năng cho các nhà xuất khẩu từ các nước đang phát triển. Đức có thị trường bán lẻ nội địa to lớn, cùng với thực tế là sản lượng nội địa đã giảm mạnh trong những năm gần đây, tạo nhiều cơ hội cho các nhà xuất khẩu mặt hàng này.

Đối với các nhà xuất khẩu từ các quốc gia đang phát triển, các nhà nhập khẩu và bán buôn sẽ là kênh phân phối thích hợp nhất, đặc biệt khi lần đầu tiên xâm nhập vào thị trường Đức. Lĩnh vực bán buôn thường phục vụ cho những cửa hàng bán lẻ nhỏ, cho nên họ không yêu cầu số lượng lớn hàng hóa. Khi mối quan hệ làm ăn thành công, thì sẽ kéo theo nhiều mối kinh doanh hơn nữa.

Một số nhà nhập khẩu/bán buôn đáng chú ý là:

- Bartles Schuhe GmbH, Braunschweig (<http://www.schuh-bartels.de>).
- Josef Tretter GmbH, München (<http://www.bartu.de>).
- Schuh-Berzel EmbH, Appelheim, (<http://www.berzel.de>).
- Schuh-Mohr GmbH, Würzburg, tel. ++ 49 915 03 33.
- Schuhhaus StieZel, Foslar, tel. ++ 49 53 21 23 584.

2. Xu hướng

Vai trò của nhà nhập khẩu và bán buôn vẫn quan trọng dù ảnh hưởng của họ đang giảm dần.

Bên cạnh bán buôn, hình thức kinh doanh bán lẻ chuyên dụng cũng phổ biến, hiện chiếm hơn 1/2 thị trường giày dép Đức.

Những nhà bán lẻ lớn như cửa hàng lớn, cửa hàng tiện lợi, cửa hàng giảm giá hoặc các chuỗi cửa hàng sẽ có xu hướng mua trực tiếp từ các nhà sản xuất nước ngoài, bằng cách tự nhập khẩu hoặc sử dụng một đại lý mua bán hoặc có nhà mua hàng quốc tế riêng của họ để tìm kiếm sản phẩm đáng chú ý ở các quốc gia đang phát triển.

Đối với hình thức phân phối chuyên dụng, những nhóm mua hàng và chuỗi cửa hàng chiếm đa số trong lĩnh vực bán lẻ giày dép; đối với bán hàng không chuyên thì các cửa hàng tổng hợp và các nhà bán lẻ hàng thể thao chiếm đa số.

Chuỗi bán lẻ giày dép quan trọng ở Đức là Heinrich Deichmann-Schuhe, một nhà sản xuất và bán lẻ khác là Gabor AG. Adidas-Salomon AG (<http://www.adidas.com>) là nhà sản xuất hàng đầu thế giới về hàng thể thao, đặc biệt là giày thể thao. Ngoài ra còn có Puma (giày dép thể thao). (<http://www.puma.com>). Đa số sản phẩm giày dép của Đức là sản phẩm giày da chất lượng cao.

3. Vai trò của thương mại điện tử

Việc tìm kiếm nhà cung cấp qua internet cũng khá phổ biến đối với mặt hàng giày thể thao ở Đức, đối với cả mặt hàng giá thấp, trung và cao, thông qua những trang web cơ hội giao thương.

4. Yêu cầu

Nhà nhập khẩu Đức cũng như những nhà nhập khẩu từ châu Âu luôn quan tâm đến những chứng nhận về chất lượng, độ an toàn của sản phẩm như phải có chứng nhận CE về độ an toàn sản phẩm, không chứa thuốc nhuộm AZO.

Khuyến nghị

Một trong những cách phát triển mối quan hệ là tham gia triển lãm ở những hội chợ thương mại chuyên ngành giày dép quan trọng ở Đức, hoặc tiếp cận trực tiếp nhà bán buôn hoặc những nhà bán lẻ quan trọng. Ở Đức, nhiều người vẫn còn thích lối giao tiếp trang trọng, cả trong cách trình bày và tiếp xúc. Để có được chỗ đứng tốt hơn ở thị trường Đức thì các nhà xuất khẩu nên xem xét việc liên doanh với một công ty Đức hoặc lấy được giấy phép cần thiết. Ngoài ra, một số công ty ở Đức sản xuất đủ loại giày dành cho người có chân bị thương hoặc cho những người tàn tật, sẽ có mong muốn kinh doanh với những nhà xuất khẩu từ các nước đang phát triển có sản xuất những sản phẩm loại này.

B. DANH SÁCH NGƯỜI MUA HÀNG TIỀM NĂNG

1. 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 (kênh phân phối) của ngành (product/country) 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.

2. Nguồn tư liệu

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

- Liên đoàn Giày dép Đức - <http://www.hds-schuh.de>
- Hiệp hội các nhà bán lẻ giày dép - <http://www.bdse.org>
- Europages – www.europages.com

Đầu tiên tìm kiếm bằng từ khóa, như “giày thể thao”, sau đó chọn “tìm kiếm theo loại hình hoạt động hoặc loại hình công ty”, bạn sẽ có nhiều lựa chọn cụ thể hơn.

- Google – www.google.com

Dùng Google để tìm người mua hàng tiềm năng của bạn, nhưng khuyến nghị bạn tìm kiếm với ít nhất 3 từ cụ thể như “footwear importers Germany”.

3. Tạo danh sách chọn lọc từ danh sách tổng hợp

Sau khi có được danh sách tổng hợp (long list), 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 (short list). 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.

4. Tiếp cận đối tác

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 (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 bươm giới thiệu về sản phẩm của công ty của bạn.

5. 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. Ngoài ra, bạn có thể xem thêm hồ sơ người mua hàng (buyer profiles) để có thêm thông tin.