

Petrik Rita, Reuss Ágnes – Business Provider Group Kft.

## E-export – Exportáljunk online!

Az interneten az elmúlt években több ezer szakmai témákra és/vagy régiókra specializálódott online piactér jött létre. A virtuális üzletkötés lehetősége a vásárlók és az eladók körében is egyre népszerűbb. Nem véletlenül, hiszen a virtuális piacterek gyorsan és egyszerűen, költségmentesen, vagy költségtakarékosan érhetőek el; ráadásul gyakran több látogatót vonzanak, mint például egy jelentős ráfordítást igénylő nemzetközi szakkiállítás. Az online export azonban veszélyeket is rejt magában. Az alábbi írásunkban a kecségető lehetőségeket és azokat az íratlan szabályokat foglaljuk össze, amelyekkel mérsékelhetjük a kockázatokat.

A nemzetközi online piactér (B2B marketplace, B2B directory) olyan internetes platform, ahol a vevők és az eladók virtuális formában találkozhatnak egymással. Exportálni kívánó kis- és középvállalkozások számára is kedvező lehetőséget biztosít, mivel az alapregisztráció sok esetben díjmentes. A hagyományos külkereskedelmi csatornához képest ily módon kisebb költséggel és sokkal gyorsabban jöhet létre üzletkötés. További előny, hogy a legtöbb piactér hasznos kiegészítő szolgáltatásokat is kínál kedvező áron.

E mint előny – avagy mit nyerhet az eladó és a vevő?

Vegyük sorra az e-export legfontosabb előnyeit! Ha Ön eladni szeretne, vagy új piacokat felkutatni, az online piactereken közvetlenül találhat új vevőket. Olyan potenciális vásárlókat is elérhet, akiket más csatornán nincs lehetősége felkutatni. Persze nem árt figyelembe kell venni, hogy a folyamat kevésbé tervezhető, mint a hagyományos módszerek esetében, az üzletkötésben mindenképpen nagyobb a véletlen szerepe. Az eladó kockázatai csökkennek, a lehetőségei bővülnek: például termékeit, szolgáltatásait időkorlát nélkül, a nap 24 órájában hirdetheti. Az online export révén csökkentheti marketing- és promóciós költségeit. Ha jól választ virtuális helyszínt, akkor a piactér bevezetettsége, népszerűsége nagymértékben segítheti piaci céljainak elérését. Tipp: a virtuális piacok információgyűjtésre is kiválóan alkalmasak! Érdemes megfigyelni, kik a versenytársak, mit kínálnak, milyen ajánlatokkal próbálják meghódítani a célcsoportot.

A vevők szintén megtalálják számításukat. Mennyivel egyszerűbb és kényelmesebb az interneten keresgélni és nézelődni, mint személyesen felkutatni a potenciális partnereket! A gyártókat és szállítókat megtalálhatják az adatbázisokban, mi több, speciális kritériumok alapján kérhetnek tőlük árajánlatot. Közvetlen kapcsolatba léphetnek az eladóval, akár egy-

szeri, akár hosszú távú együttműködést keresnek. Felkutatják és tesztelhetik a célpiacnak szánt új termékeket. A vevők esetében a leglényegesebb szempont minden bizonnyal a hatalmas, mégis könnyen áttekinthető választék.

### Hogyan válasszunk piacteret?

Sokféle szempontot kell átgondolni a végleges döntés előtt. A következőkre figyeljünk leginkább:

- Potenciális vevőim vagy viszonteladói vajon melyik piacteret választják, ha új terméket/szolgáltatást keresnek a világpiacra?
  - Melyik piactéren van jelen a konkurenciam? Ki van jelen az adott piactéren? Nagy cégek beszerzési menedzserei vagy inkább a kis cégek?
  - Hány regisztrált cég (eladó és vevő) található az adatbázisban?
  - Milyen szakterületeket, ill. szektorokat fednek le?
  - Rendelkezésre áll-e az összes elérhetősége a cégeknek (pontos cím, telefonszám, e-mail cím)?
  - Mennyire fektetnek hangsúlyt az adatbiztonságra?
  - Mennyire fektetnek hangsúlyt a jogi kérdésekre? (Olvassuk el a jogi nyilatkozatokat is!)
  - Ingyenes-e a regisztráció? Milyen díjcsomagok vannak? Mikor és kinek kell fizetnie?
  - Mit mondanak a piacterről a regisztrált cégek? (Figyeljük a visszajelzéseket pl. az online fórumokon!)
  - Hogyan alakul a piactér látogatottsága, mely régiókban aktív?
  - Milyen többletszolgáltatásokat nyújtanak? (Például piacelemzéseket, híreket.)
  - Milyen kommunikációs lehetőségeket kínálnak?
- A piactereken való részvétel fontos lehet, de ne feledjük: ez csupán egy értékesítési csa-

torna, amelynek illeszkednie kell az exportstratégiánkba. Ha már van akciótervünk, minőségi idegen nyelvű honlapunk, és más eszközöket is alkalmazunk, csak akkor érdemes foglalkozni a nemzetközi online piactereken való megjelenéssel.

### Megtörtént esetek – tanulságokkal

Néhány magyar cég jelentős sikereket ér el az online piactereken. Az internet sajátosságaiából adódóan azonban ennek a lehetőségnek veszélyei is vannak, amire szeretnénk felhívni a figyelmet. Bármennyire alaposan ellenőrizzük is a másik felet, valójában nem tudjuk, kivel állunk szemben. Ezért különösen fontos az óvatosság, főleg, amikor az üzletkötés személyes találkozás nélkül jön létre.

Egy magyar gyártó cég például Indiából kapott ajánlatkérést az alibaba.com oldalról. Termékeik meglehetősen súlyosak, nehezen szállíthatóak, tehát a gyártó és vevői számára egyaránt fontos szempont a logisztika. A fiatal és lelkes exportmenedzser először annyira megörült a kecségető ajánlatkérésnek, hogy nem gondolt a nehézségekre. Mikor azonban a megrendelés előfeltételül nem kis összeget kellett volna átutalniuk az indiai cégnek, már a fiatal exportmenedzser is gyanút fogott. Miért fizessen az eladó, ráadásul előre? Ez egy szokványos történet, ami igazolja, hogy a naivitásnak a virtuális üzletkötésben sincs helye.

Egy másik magyar gyártót Kínából kereste meg egy cég az egyik szakosított portálon keresztül. Akkorra mennyiséget rendeltek, hogy a magyar cég gondolkodóba esett, vajon nem csalókkal akadt-e dolguk. Mivel a kínai partner hajlandó volt belemenni az akkreditív fizetési módba, ezzel mégis jelezték, hogy komoly a szándékuk. A biztonság kedvéért a kínai céget ellenőriztették a kinti külgazdasági szakdiplomátával. Kiderült, hogy óriási vállalatról van szó, így a megrendelés nekik nem is számított nagynak, csak a magyar cégnek volt szokatlan.

### Milyen piactereket használhatunk a csomagolótechnikai cégek?

A céloktól és a stratégiától függően mindenkinek magának kell kiválasztania a megfelelő piacteret. A teljesség igénye nélkül néhány: <http://www.packagingnetwork.com>, <http://www.ask4plastic.com>, <http://www.packagings1.com>, <http://www.interempresas.net>



Marketing your export

www.bpgroup.hu +36 1 386 6972 +36 30 99 22 552 info@bpgroup.hu