
Paneldiscussie: 'Een internationale partner vinden en vervolgens ook behouden'

Dag van Export | 8 juni 2010 | 13.30 – 16.00 uur



Het panel

Mevr. José Bloemer

HSZ International Business and
Communication

Mevr. Martine Verjans

Universiteit Hasselt Centrum
Toegepaste Linguïstiek

Mevr. Els Caerts

Pregis

Dhr. Marco Nettersheim

Noteborn BV

Dhr. Bart Stelder

Océ Technologies BV

Dhr. Luc Heylands

Europower Generators

Dhr. Anthony Vavrinek

Clavis



Thema's

1. Wanneer ga je op zoek naar een internationale zakenpartner?

Conclusie:

Dit verschilt per product dat verkocht wordt. In de meeste gevallen kwam deze stap automatisch toen de eigen markt te klein bleek. (1,5) Vooral bij de grotere bedrijven kwam deze stap door ofwel druk van internationale zakenpartners of door de wens om de vaste kosten te verlagen.

Thema's

2. Hoe ga je te werk om een geschikte partner te vinden?

Conclusie (1):

- *Uit onderzoek is gebleken dat ondernemers in deze fase allereerst kijken naar een gebied met geografische nabijheid en in tweede instantie een gebied met culturele nabijheid.*
- *Marktonderzoek is erg belangrijk, hierbij is de hulp ingeschakeld van de FIT. Het is belangrijk om een zakenpartner te vinden die het product op dezelfde manier wil positioneren in de markt*

Thema's

2. Hoe ga je te werk om een geschikte partner te vinden?

Conclusie (2):

- *De keuze van het distributiekanaal verschilt per segment, vandaar dat hiervoor een profiel is opgesteld. Deze bepaald aan de hand van geografische spreiding, liquiditeit van de onderneming en andere zaken of de partner goed aansluit bij de wensen van de onderneming. Wanneer de onderneming door deze eerste screening komt worden er gesprekken gehouden.*
- *Zorg dat je je in eerst in de cultuur van het land verdiept! Het is namelijk moeilijker om een "klik" te krijgen met ondernemers uit een andere cultuur.*

Thema's

3. Hoe beoordeel je een mogelijke partner, en welke instrumenten benut je daarbij?

Conclusie:

- *Een lijst met punten per segment waaraan de partner moet voldoen.*
- *Het belangrijkste is affiniteit. Een lijstje is een goede leidraad maar er is geen een partner die hier volledig aan zal voldoen.*

Thema's

4. Hoe verdiep je je in de cultuur van de buitenlandse partner?

Conclusie (1):

- *Ondernemers denken vaak dat onderhandelingen niet lukken doordat ze de taal niet volledig beheersen. Ze beseffen echter niet dat het vaak meer te maken heeft met culturele verschillen die ze niet begrijpen. Het zijn vaak de dingen die niet gezegd worden waarbij het fout gaat.*
- *Verdiepen in de cultuur van de zakenpartner door het lezen van boeken over het gebied is een goede manier om te beginnen. Het gesprek in de taal van de partner beginnen wordt vaak gewaardeerd, het is dan niet eens van belang dat je het hele gesprek kunt voeren in die taal, zolang je maar laat zien dat je interesse toont in de cultuur en taal.*

Thema's

4. Hoe verdiep je je in de cultuur van de buitenlandse partner?

Conclusie (2):

- *Culturele sensitiviteit is vaak een goed onderscheidend middel. Bedrijven zouden dit meer moeten gebruiken als Unique Selling Point. Wanneer producten en prijzen tussen concurrenten vrijwel gelijk zijn kan dit worden gebruikt als onderscheidend middel ten opzichte van de concurrent.*
- *Ben je bewust van de verschillen in cultuur maar vertrouw ook op je eigen gevoel!*

Thema's

5. Hoe leg je de afspraken met een partner vast?

Conclusie:

Deze aanpak verschilt nogal per bedrijf. Over het algemeen zijn het de grotere bedrijven die alles contractueel vast leggen, terwijl er een aantal andere bedrijven zijn die helemaal niets vastleggen. Vaak wordt er dan wel gesproken over bepaalde verwachtingen die de partijen van elkaar hebben maar worden deze niet contractueel vastgelegd.

Thema's

6. Hoe houd je controle op de prestaties van je partner(s)?

Conclusie:

Veel persoonlijk contact is erg belangrijk. Wanneer afspraken of verwachtingen niet blijken te werken worden ofwel targets bijgesteld of zal er moeten worden gezocht naar een nieuwe zakenpartner.

Thema's

7. Wanneer ben je zelf een goede partner?

Conclusie:

Een goede partner is betrouwbaar en investeert in zijn partner en probeert waar nodig te helpen bij het beter presteren van de verkoop.



Thema's

8. Hoe kom je van een internationale zakenpartner af?

Conclusie:

Wanneer er een goed contract is afgesloten zou dit geen probleem moeten zijn. Wanneer dit niet het geval is kan er altijd de troef achter de hand worden gehouden om de afspraken in te perken.

Thema's

9. Wat is het belangrijkste bij internationaal zakendoen?

Conclusie:

- *Bewuste keuze maken*
- *Uitgaan van kwaliteit eigen product, zoeken naar een groot marktgebied*
- *Transparantie*
- *Motivatie van de klant*
- *Strategische keuze*
- *Vooraf investeren in taal en cultuurkennis*
- *Investeren in persoonlijke relaties*

Bedankt voor uw aandacht

