

1. Exportujete v súčasnosti svoju produkciu do zahraničia?

Pri exporte do zahraničia je potrebné sa oboznámiť s mnohými externými faktormi ktoré sa odlišujú od Vášho domáceho trhu, ako napríklad ochrana intelektuálneho vlastníctva alebo spôsoby vstupu na daný trh. Odporúčame si preto prezrieť tieto zdroje na stránke domovských agentúr pre rozvoj medzinárodného obchodu.

Prečítajte si informácie :

- O teritóriách /Teritoriálne analýzy/
- Exportné trhy
- <http://www.gksoft.com/govt/en/world.html>

2. Spravili ste si medzičasom prieskum trhu v zahraničnom teritóriu?

Prieskum trhu je základným krokom predtým, ako podniknete prvé proexportné aktivity. Znalosť správania zákazníkov, konkurencie, cenovej hladiny a podmienok vstupu na trh sú len niektoré z informácií, ktoré Vám významnou mierou pomôžu jasne si definovať mnohé činnosti pred vstupom na daný trh.

Prečítajte si informácie :

- Prieskum trhu
- Exportné trhy

3. Máte jasne definované dôvody, prečo by mali zákazníci v zahraničí uprednostniť Vašu produkciu pred domácou?

Exportéri musia mať vopred jasne stanovené, akú pridanú hodnotu predstavuje ich produkcia v porovnaní s domovskými výrobkami, prípadne s už etablovanými exportérmi. Je dôležité si uvedomiť, že nižšia cena nie vždy znamená aj úspech na trhu. Z toho dôvodu Vám odporúčame si čo možno najjednoduchšie zdefinovať jedinečnosť svojej produkcie.

Prečítajte si informácie :

- Exportná cena

4. Ste ochotní modifikovať svoju produkciu vzhľadom na prípadné odchýlky v požiadavkách zahraničných zákazníkov?

Zákazníci na zahraničných trhoch môžu často požadovať upravené výrobky v závislosti od spotrebiteľského správania, prípadne klimatických podmienok, kultúrnych alebo náboženských špecifík. Preto je potrebné, aby bol exportér s cieľom dosiahnutia úspechu na zahraničnom trhu ochotný modifikovať svoju produkciu.

5. Máte v súčasnosti voľné finančné zdroje na financovanie marketingu v zahraničí, prípadne zahraničných pracovných ciest?

Pred začiatkom exportovania je často nutné vykonať viacero obchodných ciest do danej krajiny. Vopred je potrebné vytvoriť taktiež vhodný marketingový základ na vzbudenie záujmu kupujúcich o vašu produkciu. Z toho dôvodu je treba počítat s nemalými nákladmi už pred začatím samotnej exportnej aktivity.

Prečítajte si informácie:

- Exportný marketing
- Finančná podpora/Eximbanka.

6. Máte voľné ľudské zdroje, ktoré by sa mohli venovať proexportným aktivitám?

Začatie exportných aktivít môžeme prirovnať ku založeniu celkom nového podniku. Preto je vo vašej spoločnosti potrebné rátať so zvýšenými nárokmi na ľudské zdroje. Jasne stanovená proexportná stratégia a exportný plán Vám pomôžu pomôcť naplánovať aspekty, ktoré by inak skomplikovali prevádzku Vášho podniku pri rozšírení resp. začatí exportných aktivít.

Prečítajte si informácie :

- Interim Management <https://www.topheads.me/?gclid=CIWjtarCjL0CFerpwgodKD4Aug>

7. Máte marketingové materiály vhodné pre zahraničných zákazníkov, napríklad webovú stránku preloženú do anglického alebo iného svetového jazyka?

Vhodná prezentácia Vášho produktu pred zahraničným zákazníkom je základ. Neschopnosť kupujúceho prečítať si informácie o Vašom produkte resp. službe v jazyku, ktorému by rozumel, môže byť jednou z najväčších bariér pri úspešnom vstupe na zahraničný trh. Dôrazne odporúčame zveriť preklad prípadne úpravu potrebných materiálov do rúk odborníkom, aby ste sa vyhli prípadnému medzinárodnému faux-pas. Vzhľadom na to, že aj preklady od odborníkov sa kvalitou rôznia, je vhodné dať finálne texty na korekciu rodenému hovorcovi.

Prečítajte si informácie :

- Exportný marketing
- Google translate <http://translate.google.sk/>

8. Máte prehľad o legislatívnych podmienkach pri vstupe na nový trh?

V množstve krajín, najmä mimo EU, je potrebné splniť množstvo noriem prípadne získať rozličné licencie. Nedostatočné zvládnutie tejto problematiky môže viesť k spomaleniu, prípadne zastaveniu exportu. Odporúčame preto oboznámiť sa s legislatívnou situáciou v oblasti medzinárodného obchodu daných krajín.

Prečítajte si informácie :

- Teritoriálne analýzy

9. Máte prehľad o platobných mechanizmoch v rámci zahraničného obchodu ?

Pri medzinárodnom platobnom styku môže dôjsť k viacerým komplikáciám, s ktorými sa na domácom trhu nestretávate. Vymáhanie nesplatených pohľadávok môže byť pri zahraničných zákazníkoch mimoriadne náročné, čo môže viesť až k strate želaného výnosu. Preto odporúčame pred začatím proexportných aktivít preštudovať podmienky zahraničného platobného styku .

Prečítajte si informácie:

- Platobné podmienky Incoterms

10. Stanovili ste si, za aké ceny chcete predávať svoje produkty resp. služby na zahraničnom trhu?

Vhodná cenotvorba a racionálne očakávania sú jedným zo základných aspektov obojstrannej spokojnosti pri medzinárodnom obchode. Nesprávne očakávania ohľadom ceny sú totiž najčastejšími dôvodmi finančných strát a neschopnosti presadiť sa na zahraničnom trhu. Z toho dôvodu je vhodné si spraviť prieskum ohľadom cenovej hladiny konkurenčnej produkcie na želanom trhu.