CzechTrade součástí
CzechBusiness

Jak dnes vstoupit na zahraniční trh?

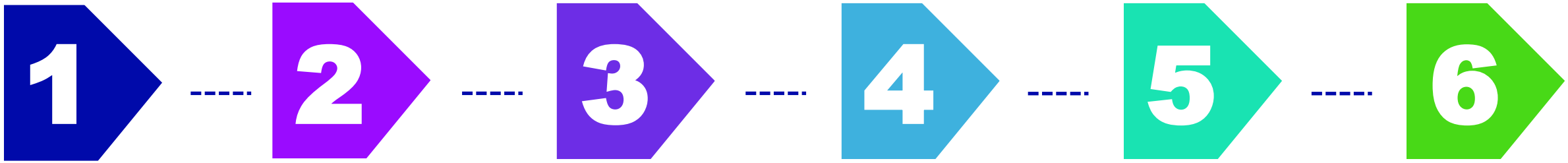
Jak vybrat správnou cestu, získat zákazníka a zvládnout vlastní úspěch.



Jan Sláma
Exportní konzultant

Šest otázek před vstupem na trh

Nejdřív si ujasněme zákazníka, podmínky na trhu a vlastní možnosti.



CO prodáváme?

Výrobek, službu, technologii, licenci nebo know-how?

KOMU a PROČ?

Kdo je zákazník a proč by měl koupit právě od nás?

CO NÁS NA TRHU ČEKÁ?

Konkurence, pravidla a místní zvyklosti.

JAK zákazník nakupuje?

Přímo, přes partnera, ve výběrovém řízení nebo na platformě?

CO si můžeme dovolit?

Máme lidi, čas a peníze na obchod i marketing? Jaké riziko uneseme?

ZVLÁDNEME I RŮST?

Více zakázek, servis, peníze na provoz.

STEJNÝ TRH NEZNAMENÁ STEJNOU CESTU

ANKETA · ZKUŠENOST Z PRAXE

49 z 58 respondentů uvádí podcenění vlastní připravenosti firem (lidí, financí a kapacit). Zkušenost kolegů z CzechBusiness, anketa zachycuje zkušenosti respondentů, nejde o reprezentativní průzkum.

Jak nás dnes zákazník najde a jak nakoupí?

PŘÍMÝ OBCHOD

- Obchodníci z Česka nebo místní tým
- Oslovení, jednání, veletrhy, mise
- Přímý kontakt a péče o zákazníka

PRODEJ PŘES PARTNERY

- Distributoři, zástupci, integrátoři
- Kontakty a obchodní síť partnera
- Samostatný prodej či součást větší dodávky

DIGITÁLNÍ MARKETING A PRODEJ

- Web a cílená propagace; dohledatelnost ve vyhledávačích i AI nástrojích
- E-shopy, tržiště, softwarové a herní platformy
- Získání kontaktu, podpora rozhodování i samotný nákup

Jasná nabídka, reference a důvěryhodnost jsou důležité při každém způsobu prodeje. AI pomáhá s průzkumem, přípravou oslovení a tvorbou obsahu.

DIGITÁLNÍ KANÁLY PODPORUJÍ PŘÍMÝ OBCHOD I PRODEJ PŘES PARTNERY.

Jaký způsob vstupu zvolit?

Tři běžné způsoby zajištění prodeje. V praxi je můžeme kombinovat.

	PŘÍMÝ PRODEJ Z ČESKA	PRODEJ PŘES MÍSTNÍHO PARTNERA	VLASTNÍ TÝM V ZAHRANIČÍ
NÁKLADY	Obvykle nižší fixní náklady	Marže distributora / provize zástupce	Vyšší fixní náklady
ROZJEZD	Vlastní obchodní práce	Výběr, ověření a zapojení partnera	Vybudování a vedení místního týmu
VZTAH SE ZÁKAZNÍKEM	Řídíme přímo	Část kontaktu zajišťuje partner	Řídíme přímo přes místní tým
HLAVNÍ NÁROK ČI RIZIKO	Obchod a servis na dálku	Závislost na výkonu partnera	Náklady a řízení zahraničního týmu

A druhé rozhodnutí: Kolik investovat předem?

VĚTŠÍ INVESTICE NA ZAČÁTKU	VSTUP PO MENŠÍCH KROCÍCH
Příprava → potřebné zázemí → rozvoj prodeje	**Ověření zájmu → vyhodnocení → další investice**

CO JE DRAHÉ MĚNIT, DOBŘE PŘIPRAVTE. CO JDE LEVNĚ VYZKOUŠET, NEJDŘÍV OVĚŘTE.

Pozor, uspěli jste. A co teď?

První zakázka prověří obchod. RŮST PROVĚŘÍ CELOU FIRMU.

I ÚSPĚCH MŮŽE BÝT DŮVODEM KE ZMĚNĚ STRATEGIE.



LIDÉ A KAPACITY

Zvládneme větší objem zakázek bez ztráty kvality a prodlužování termínů?



PENÍZE NA PROVOZ

Dokážeme financovat výrobu a dodání dříve, než zákazník zaplatí?



ZÁVAZKY A RIZIKA

Zajistíme servis a splníme smluvní i místní požadavky také při růstu?



DALŠÍ ROZVOJ

Stačí nám dosavadní partner, prodejní cesta a způsob řízení?

ANKETA · ZKUŠENOST ZE SEVERNÍ AMERIKY

4 ze 7 respondentů řadí finance a plánování expanze mezi nejčastěji chybějící kompetence firem.

Kdy posílit, změnit postup nebo přestat investovat?

PŘED VSTUPEM: Co chceme získat? • Kolik můžeme investovat? • Kdy to vyhodnotíme?

POSÍLIT	ZMĚNIT POSTUP	ZASTAVIT / PŘEHODNOTIT
– Máme platící zákazníky, obchod se vyplácí a dodávky zvládáme. **→ Investovat do kapacit, obchodu a růstu.**	– Schůzky nepřinášejí zakázky, partner neplní očekávání nebo růst překonal naše možnosti. **→ Podle příčiny upravit nabídku, segment, partnera nebo péči o zákazníky.**	– Poptávka se nepotvrdila nebo náklady a rizika překročily stanovenou mez. **→ Další investici podmínit novým plánem a ověřením předpokladů.**

ANKETA · ZKUŠENOST Z LATINSKÉ AMERIKY

Všech 6 respondentů uvádí neuspokojivé výsledky partnera mezi častými důvody změny strategie. Výběrem partnera tedy obchodní práce nekončí.

KDE MŮŽE POMOCI CZECHTRADE?

Informace o trhu • vyhledání partnerů • obchodní jednání • veletrhy a mise • dlouhodobá exportní podpora

POČET SCHŮZEK NENÍ TOTÉŽ CO POČET ZAKÁZEK.

CzechTrade součástí
CzechBusiness



Jan Sláma
Exportní konzultant
Oddělení digitální ekonomiky, nových technologií
a startupů

E-mail: jan.slama@czechbusiness.gov.cz
Tel.: +420 224 907 581

CzechTrade
czechtrade
czechtradeofficial3990
design.centrum

