Jak na export
Desatero

CzechTrade součástí CzechBusiness

1. Začněte uvnitř firmy

Než vyrazíte na nový trh, sjednoťte cíle, data a plány obchodu, výroby, financí, IT a HR. Export rozdíly mezi odděleními jen zvětší.

2. Krok 1: Diagnostika firmy

Projděte lidi, procesy, technologie, data a reporty a ověřte, co firma na novém trhu unese. Výstupem je jasný obraz, kde firma ztrácí výkon a co řešit jako první.

3. Krok 2: Revize trhu

Než pošlete prvního obchodníka, zjistěte šest věcí: velikost a růst trhu, konkurenci a její ceny, kdo u zákazníka rozhoduje, cestu na trh, místní pravidla a náklady vstupu. Data místo dojmů z dovolené.

4. Krok 3: Písemná strategie se scénáři

Na pár stranách a schválená vedením: cíl, pořadí trhů, zákazníci, nabídka a cena, obchodní model, lidé, finance a KPI. Finance plánujte ve třech scénářích a vycházejte z čísel, která firma reálně dokázala.

5. Krok 4: Rizikový katalog

U každého rizika uveďte pravděpodobnost, dopad v penězích, kdo za něj odpovídá, opatření s termínem a varovný signál. Daně, certifikace a licence vyřešte před první dodávkou.

6. Krok 5: Roadmapa a milníky

Převeďte strategii do plánu, kde má každý úkol svého vlastníka. Nejdřív základy a pilotní region, další trh a další peníze až po splnění milníku.

7. Krok 6: Řízení každý týden

Vedení by mělo mít jeden report a jeden zdroj čísel místo deseti excelů. Pravidelně porovnávejte plán se skutečností a rozhodujte podle dat, ne podle pocitu.

8. Partnera řiďte cíli a smlouvou

Distributor trh otevře, ale nepochopí ho za vás. Dejte mu cíle, zkušební dobu a pravidelný report a ve smlouvě mějte i cestu ven.

9. Marketing až po strategii

Nejdřív si odpovězte, komu prodáváte, co a proč právě vy. Pak lokalizujte produkt, ceny a platby a teprve potom spusťte kampaň.

10. Štěstí přeje připraveným

Celou přípravu až po rozhodnutí vedení zvládnete za čtyři týdny. Je to nejlevnější měsíc celé expanze.