

Erfolgreich in Indien

Seminar von

Brigitte Granier M. A.

IS C&C

International Service, Coach & Consulting

Erlangen, b.granier@arcor.de

Vorstellung

Gegrüßt seien Sie: Namaste नमस्ते

Brigitte Granier M. A., Service International, Coach & Consultant

- Abschluß Studium der Indologie in Freiburg
- Export weltweit von Industrieöfen eines Nürnberger KMU
- Exportleiterin Asien eines mittelständischen Global Players.
- Beraterin für Asien und Fördermittel seit 1995
- Zusammenarbeit mit Partnern in 45 Ländern, auch Indien
- Projektmanagement des EU-Programms „ECIP-Indien“
Technologietransfer, Joint-Ventures
- Coach & Consulting für Vertriebsaufbau, Organisation von Kooperationsbörsen, Führung von Delegationsreisen, MesseService.
- Asienbezogene Seminare, Publikationen, Vorträge
- Publikationen im Haufe Verlag, Verlag Deutscher Wirtschaftsdienst.

AWI-Partnernetzwerk



Brigitte Granier M. A., IS C&C
Erlangen, b.granier@arcor.de

Partnernetzwerk

AWI-Partner arbeiten in folgenden Ländern für Sie:

- **EU:** Dänemark, England, Frankreich, Holland/Belgien, Italien, Österreich, Portugal Schweden/Finnland, Spanien
- **OSTEUROPA:** Baltikum, Bosnien, Bulgarien, Kasachstan, Kroatien, Mazedonien, Polen, Rumänien, Rußland, Serbien, Slowakei, Slowenien, Tschechien, Ukraine, Ungarn, Weißrußland
- **ASIEN:** China, Indien, Indonesien, Japan, Singapur
- **AMERIKA:** Kanada, USA, Mexiko, Brasilien
- **NAHOST:** Irak, Iran, Syrien, Türkei, VAE
- **AFRIKA:**
Algerien, Libyen, Marokko, Sudan, Südafrika, Tunesien

Indien als Kontinent (Europa)



- Fast Größe der neuen EU
- Verschiedene Klimazonen, Monsun
- Nord-Süd: 3.200km, Ost-West: 2.700km
- Infrastruktur verbesserungsfähig: Straßen, Bahn, Häfen, Strom, Wasser
- Plan: „National Highways Development Project“
- 28 Bundesstaaten

Marketing und Vertrieb

Aufgabenstellung anspruchsvoll:

- Riesige Entfernungen (3.200 km x 2.770km)
- Kundensegmente: Sprache, Religion, Ethnien, Alter
- Versch. Bundesstaaten > versch. Zölle, Steuern, VAT
- > Unterschiedl. Teilmärkte = Kulturelle Herausforderung

Kaufkraft ist da: ca. 150 Mio. Mittelschicht,
30 Mio. Inder haben Kaufkraft wohlhabender Deutscher!!

Märkte schaffen

- Aufmerksamkeit lenken auf Notwendigkeit des Produkts, bevor man für bestimmte Marke wirbt

Marketing und Vertrieb

Praxisbeispiel: Seife

Hindustan Lever, Tochter von Unilever, startete Kampagne über Wichtigkeit von Seife.

660.000 Menschen/Jahr sterben an Durchfall, 60% Kinder, weil man sich selten die Hände mit Seife wäscht.

Praxisbeispiel: Schuhe eines Sportartikelherstellers:

Wichtigkeit von guten Schuhen unbekannt, 50% der Kinder tragen keine Schuhe

> Kampagne notwendig über Vorteile von Schuhen!

Praxisbeispiel: Kabel

Hersteller von Qualitätskabeln: Vertriebssteams mussten vielen Kunden die Vorteile von Lapps höherwertigen Produkte erklären bzw. die Mängel der Billigprodukte demonstrieren.

Vertriebs- und Serviceorganisation

Immer: viele kleine regionale Teams

Praxisbeispiel Motoröladditive (Würth)

Aufteilung von Serviceteams in „kleine Zellen“,
> Minimierung der Lieferzeiten und Zölle im Inland

Praxisbeispiel Qualitätskabel (Lapp)

Privatfirmen: Kontakt Europäer = Qualität > Vertrauen
Staatsfirmen: rein indisches Team schafft Vertrauen!

Praxisbeispiel Investitionsgüter:

Teams von Hochschulabsolventen

Vertriebs- und Serviceorganisation

Praxisbeispiel Lifestyle-Produkte:

„Yuppies“ = junge gebildete Leute

Praxisbeispiel Basisprodukte:

Teams von einfachen Frauen

Praxisbeispiel Versicherung:

Witwen als Verkäuferinnen

Praxisbeispiel: Kosmetik

viele Verkaufsteams stellen Produkte den kleinen kiosk-artigen Läden vor, nehmen Bestellung auf, liefern, erhalten Bezahlung per Scheck

After Sales und Service

Case Study Werkzeugmaschinen:

- Eigener After-Sales-Service war unumgänglich.
- Bei der Einschaltung von Händlern für die Maschinenwartung gab es nur Probleme.
 - Geringes Produkt-Know-how
 - Versuche, die Kundenliste der deutschen Firma zu eigenen Zwecken mitzunutzen
 - Versuche, Kunden abzuwerben.
- Schlechter Service schlug auf Vertrieb durch und belastete Verkaufs-Chancen bei Neumaschinen

Lieferanten in Indien (China)

Lieferanten-Suche:

Erfordert viel Erfahrung

Gute Auswahl erfordert Zeit und Fabrikbesuche vor Ort

- Privatfirmen meist flexibler als Staatsunternehmen, Staatsunternehmen haben evt. bessere Beziehungen
- ISO-Zertifizierung bedeutet wenig
- Gute Prüfung der Ressourcen u Kapazitäten des Partners
 - Standort soll: gute Transportwege, Infrastruktur
 - Standort soll: leicht erreichbar für Inspektionen
 - Importlizenz muß geregelt sein/werden, muß in Vertrag!

Lieferanten

Pünktlich die vereinbarte Qualität erhalten:

- Anzahlung durch Käufer für Materialbeschaffung
- >zügiger Produktionsbeginn, bessere Materialien > Qualität
- Zulassungen werden erst nach Vertrag beantragt,

Praxistipp: Kostenübernahme beschleunigt Zulassung

Praxistipp: Echtheit von Zulassungen überprüfen!

Zeit bei 1. Vertrag realistisch (= großzügig) kalkulieren

Sonst: Zeitdruck soll

Akzeptanz schlechter Qualität erzwingen
oder Akzeptanz eines höheren Preises.

Lieferanten

Qualitätssicherung

- Penibel genaue Beschreibung der Qualitätsanforderungen
- mehrere Hersteller anfangs testen
- (Second-Source-Konzept), **Single Sourcing ist tödlich!**
- strategische Partnerschaft / „Geschäftsfreundschaft“ aufbauen

Qualitätsinspektionen vor Versand:

- **Auditierung** der Firmen mit indien-erfahrenem Auditor
- Regelmäßige Fertigungsüberwachung
- Mindestens:
Inspektion mit entsprechender Dokumentation vor Lieferung vereinbaren im Kaufvertrag (oder Restzahlung).

Lieferanten

Wichtig: ***

- Nie ganze Teile bauen lassen von einer Firma
= Know How behalten
- Technologietransfer: 80% geben,
20% behalten
- Patente schützen
- Kundenadressen schützen!

Zahlungssicherung

Sichere Zahlungsbedingungen

- Vorauszahlung (Rabatt 2%)
(Angst vor Nicht-Lieferung > Bankbürgschaft, Sperrkonto)
- Kreditkarte des Kunden
- Anzahlung vereinbaren
- Akkreditiv: Zahlungsversprechen der Bank für Dokumente
(bestätigt, unwiderruflich), Stempel, Schreibung

TIP: Qualitätskontrolle vereinbaren

Wichtig: Immer Importlizenz des Importeurs angeben!

in Akkreditiven, Dokumenteninkassi, Rechnungen
(wegen der staatlichen Devisenbewirtschaftung)

Notfall: Arrest-Verfahren:

Beschlagnahme von Kundenvermögen in Deutschland

Fazit

- Viel persönliches Engagement (vor Ort) ist essenziell!
- Gute Überprüfung der Geschäftspartner notwendig
- Kooperation nur bei Investitionsbereitschaft des Inders
- Persönliche Beziehungen aufbauen
- Persönliche Kontrolle und Entscheidungsmacht
- „Management by results“. Egal, wie Inder Resultate erzielen
- Durchschnitt aller dt. Unternehmen schätzt seine Chancen besser ein als der Branchendurchschnitt.
Das zeigt Attraktivität des indischen Markts
- **Ich wünsche Ihnen viel Erfolg**