



Regole ed elementi da seguire per esportare in Russia



Se avete letto il mio primo articolo e state leggendo il secondo vuol dire che la voglia di conquistare il mercato estero ha dominato la prudenza. E non dite che non vi ho avvisato! Allora, continuiamo..

- 1. REGOLA:** non crediate che i pigri russi si applicheranno per vendere il vostro prodotto.
- 2. REGOLA:** Se siete convinti che avete un prodotto perfetto, avete la sensazione di autocompiacimento e autorealizzazione garantita, ma nessuno non vi ha promesso le vendite. Occorre persistere con metodo. **(attenti alle lusinghe: vi fanno perdere tempo...)**
- 3. REGOLA:** queste indicazioni e percorsi, vi sono date perché... **moltissimi ancora oggi non valutano importanti fattori che sono invece alla base.** Tranne le multinazionali e grandi aziende, ancora pochi seguono questi punti. **Potete credermi....**

Per trovare l'importatore occorre organizzarsi

La cosa più difficile è trovare i partner seri. Poco seri non vi servono, non è vero?

- SFRUTTATE I CONTATTI
- Usare AGENTI ED INTERMEDIARI SPECIALIZZATI su un certo tipo di business. Non pensate di fare business recuperando la percentuale di intermediazione: dovete pensare al mercato di vendita. L'agente ha una ampia database dei contatti e prodotti e può aiutare al cliente a scegliere la soluzione più adatta.
- NON USARE LE FIERE PER TROVARE IL PARTNER Le fiere per la ricerca dei partner sono una lotteria. Spesso il mercato è già ben formato e sezionate e, per entrare, la partecipazione in una fiera non è sufficiente. Tuttavia, potete, come minimo, visitare il paese e fare l'idea sui concorrenti Costa meno ed vi considerano oggi più furbi.
- ANALISI ED ANALISI.. insieme ad una persona-madrelingua andate a vedere i siti web, studiate l'assortimento e i particolari. Quando avete scelto due - tre, cercate di contattarli e prendere un appuntamento per un incontro personale. **Se ve hanno detto di sì, preparatevi meticolosamente per l'incontro.** Siate ottimisti. Anche se l'importatore ha un fornitore del prodotto simile, non è



escluso che uno dei due non è soddisfatto dell'altro e vorrebbe sciogliere il contratto.

Partner , Accordi : Monitorizzazione e pagamenti

• Se fate un accordo di collaborazione, non dimenticate di includere nel **contratto una clausola per fornire i resoconti della contabilità**. Potrebbe essere mensile se il volume di vendite è significativo, trimestrale con il medio e annuale con il piccolo. *Ad esempio, specificate tutte le informazioni che l'importatore dovrà fornire: può essere la quantità dei prodotti venduti, divisi per i canali di commercializzazione, in alcuni casi per i clienti, se sono pochi e sono molto importanti per voi. Specificate la data in cui si riceve una siffatta relazione.* In caso di variazione del importatore questa procedura vi aiuteranno a mantenere i clienti e non perdere il mercato, ma anche farvi un'idea di che cosa sta succedendo lì. Nessuno degli importatori oggi si rifiuta a fare questo.

• Fate l'attenzione ai **modi di pagamento**. Le Lettere di credito vi proteggono dai danni (perdite???) economiche **ma costeranno dei soldi al vostro partner (in Russia è circa 9-11% della somma di credito)**. Si può assicurare la merce (la consegna???) con le compagnie assicurative specializzate. Il Pagamento anticipato non è visto con entusiasmo ma potete compensarlo offrendo uno **sconto. Lo accettano meglio della lettera di credito..**

Support All'importatore Nel Materiale Promozionale

- 1) Ricordate che in Russia ci sono molto più persone che parlano l'inglese che l'italiano....
- 2) **Trovate un traduttore o un'agenzia di traduzioni VERAMENTE bravi.** Preferibilmente un professionista **del settore in cui venderete i vostri prodotti**. Ciò è particolarmente importante in settori altamente specializzati (vino, tecnologia, medicina, ecc.) .
- 3) **Il sito web.** Non vale come e-commerce, **ma in questo contesto il sito è il vostro biglietto da visita. In Russia viene visto spesso come riferimento..** Pensate quali informazioni sono importanti per i clienti e consumatori. Qualsiasi cosa produceate -ricordatevi della scheda tecnica, preferibilmente in inglese.(ma siamo russi...). Le foto di una buona qualità aiuteranno al vostro partner ad aggiungere i vostri prodotti nel catalogo locale.
Fate un investimento nel tradurre il sito anche in Russo: accorcia i tempi di esame e lettura
- 4) **La presentazione dell'azienda.** Io sono anche responsabile della sezione dei vini francesi d'élite di un importatore grosso dell'alcol in Russia. Mi contattano diversi produttori di vini. Ovviamente, vogliono vendermi i loro prodotti, però si limitano normalmente ad inviarmi le tariffe e il link ad un sito web poco informativo. **Quasi nessuno ha**



una presentazione dell'azienda che possa, in un modo breve e chiaro, raccontare con che eventualmente avrò da fare e che cosa distingue i vini di questo produttore dai centinaia di altri.

- 5) Le brochure, i cataloghi, i biglietti da visita, i CD e DVD.** Tutto sopra elencato può essere chiamato il materiale promozionale. Se volete vendere qualcosa, investite un po' di tempo e risorse materiali per la promozione.
- 6) Se il vostro catalogo è veramente vasto, create una versione 'leggera'.** Se vi sarà la domanda per il vostro prodotto, potrete tradurre il resto nel futuro.

Motivazione Ed Incentivazione Alle Vendite

Chiedete come si può ulteriormente motivare i responsabili delle vendite del vostro partner o qualcuno dei principali clienti (acquirenti, il direttore).

Non deve essere visto come corruzione o tangente.

O regalare ...

Dopo un anno di vendite, o anche prima, quando diventa chiaro il potenziale del mercato, è possibile pianificare un programma di motivazione interessante. **Siate voi a proporlo!**

Come premio principale, è possibile assegnare un viaggio in Italia a vostre spese o divise con il vostro partner. *Ciò aumenta notevolmente la fedeltà al marchio.* Con il volume di vendite più ridotto, si può assegnare un premio di valore più modesto ma importante. (uno schermo al plasma o un computer portatile).

Le Relazioni Sono Importanti

In ogni caso, rimanete in contatto con l'importatore. Cercate di non dargli fastidio con le chiamate settimanali, ma non ne dimenticate per sei mesi. Informatevi quando compiono gli anni il direttore della società e altre persone importanti per voi (manager di importazione, product manager) e mandate gli auguri. Da qui informatelo, coinvolgetelo (vuole venire a vedere un evento in Italia, una fiera? Invitatelo e fategli Voi da importatore.. . Sembra banale, eppure è vero.

Le perline colorate per avere una montagna d'oro ..Si avete capito... Sono queste semplici cose, organizzate bene e meticolose che consentono di ottimizzare i costi e di raggiungere l'importatore come **se fosse lui il principale cliente**: aiutare a decidere, a farlo lavorare con meno dispendio di tempo, significa anche creare un rapporto con Lui.

[Dr. Oleg Bartjuck – Mktg manager -Russia](#)

ARTICOLI CORRELATI

[tutto quello che avresti voluto sapere sull'export](#)