

QUẦN DÀI NỮ SỢI TỔNG HỢP (HS 620463) – NHẬT BẢN NGƯỜI MUA HÀNG

Giới thiệu

Tài liệu này bao gồm những phần sau đây:

- A. [Cấu trúc thương mại](#)
- B. [Danh sách người mua hàng tiềm năng](#)
- C. [Thông tin mẫu của một người mua hàng](#)
- D. [Kinh nghiệm thực tiễn](#)

A. CẤU TRÚC THƯƠNG MẠI

Nhóm đối tượng chính của bạn là ai? Cách thức để thâm nhập thị trường!

Những kênh thích hợp cho các nhà xuất khẩu Việt Nam

Nhóm đối tượng truyền thống ở thị trường Nhật cho các nhà xuất khẩu của Việt Nam là các công ty thương mại (hay đại diện các công ty thương mại ở nước sở tại), các đại lý và các nhà nhập khẩu chuyên ngành.

Hiện nay, một kênh thứ 2 là các thương hiệu/các nhà bán lẻ (Private labeling) và sẽ phát triển sản phẩm và đặt hàng trực tiếp ở nước ngoài.

Khuyến hướng trong cấu trúc thương mại

- Khuyến hướng các nhà bán lẻ hàng đầu và nhà bán sỉ đã tự phát triển và nhập khẩu sản phẩm. Ngày càng nhiều các nhà bán sỉ và lẻ có quy mô vừa và nhỏ nhập khẩu hàng quy mô nhỏ.
- Các nhà sản xuất thì nhập khẩu sản phẩm từ các nhà máy của họ đặt ở nước ngoài.
- Hệ thống phân phối đã được tinh giảm tối đa cùng với sự phát triển của hệ thống công nghệ thông tin làm hậu cần.
- Các nhà phân phối nước ngoài đã bắt đầu hoạt động tại thị trường Nhật Bản đã làm thay đổi hệ thống phân phối truyền thống của Nhật Bản. Hơn thế nữa nhu cầu ngày càng đa dạng của nhu cầu khách hàng, cạnh tranh giá cả và việc mở rộng internet đã thay đổi môi trường phân phối hàng nhập khẩu.
- Người tiêu dùng ngày càng tự nhập khẩu sản phẩm từ nước ngoài, đặt hàng qua mạng.

Vai trò của thương mại điện tử

Nhà mua hàng Nhật Bản không có thói quen đặt hàng qua mạng. Email và đến công ty đặt hàng trực tiếp là cách thức thông dụng nhất trong quy trình tiếp cận nhà cung cấp.

Quy trình mua hàng

Người Nhật nổi tiếng trên thế giới trong việc tìm kiếm những đối tác cả đời. Để đảm bảo được điều này, người Nhật đòi hỏi tỉ mỉ và khắt khe đối với độ tin cậy của nhà cung cấp trên phương diện chất lượng sản phẩm và giá cả hợp lý. Tuy vậy, giá cả không phải là một vấn đề then chốt mà là sự tin cậy lẫn nhau (tin cậy về chất lượng ổn định của sản phẩm, giao hàng đúng hẹn...) cùng với việc đáp ứng những tiêu chuẩn chứng nhận trong ngành. Người Nhật đánh giá cao nếu nhà cung cấp của họ có chứng chỉ ISO và các chứng chỉ khác liên quan đến an toàn sức khỏe của sản phẩm dệt và may mặc như JIS, Q, SIF, Ecomark.

Khuyến nghị

Cố gắng thiết lập một mối quan hệ lâu dài với các mua sỉ Nhật. Xem thêm ở [Thông tin mẫu của một người mua hàng](#) và cách lập một [danh sách tổng hợp](#) để biết thêm chi tiết.

B. DANH SÁCH NGƯỜI MUA HÀNG TIỀM NĂNG

Tim nhà nhập khẩu sản phẩm quần dài !

Danh sách tổng hợp

Thông qua việc sử dụng Internet, bạn có thể tự tạo ra được một danh sách các khách hàng tiềm năng. Nhưng trước khi bắt đầu, xin hãy đọc phần [cấu trúc thương mại](#) của hàng may mặc (cụ thể là sản phẩm quần dài/thị trường Nhật) và dựa vào đó để nhận diện nhóm đối tượng bạn đang quan tâm. Với phương pháp này, bạn sẽ tiết kiệm được thời gian nhờ chuẩn bị tốt và có thể tìm được đối tác dài hạn một cách dễ dàng. Xin lưu ý rằng việc xây dựng một danh sách với những khách hàng triển vọng đòi hỏi bạn phải đầu tư nhiều thời gian. Vì vậy bạn cần có thời gian để làm quen với các website và các cơ sở dữ liệu được đề cập dưới đây.

Nguồn tư liệu

Dùng các nguồn thông tin sau để xây dựng một danh sách tổng hợp.

1. Hội chợ

<http://www.senken.co.jp>

Vào “exhibitor list”, sau đó vào Google search tên công ty để biết thông tin chi tiết của công ty.

2. <http://www.kompass.com>

– website directory.

Bước 1 Gõ vào các từ khóa “trousers”/ “outerwear” và chọn “Japan”.

Bước 2: Chọn sản phẩm bạn cần tìm

Bước 3: Kết quả

Bước 4: Click chuột vào tên công ty để biết thêm thông tin.

3. Google – <http://www.google.com>

Sử dụng Google để tìm khách hàng tiềm năng. Tuy nhiên bạn nên sử dụng ít nhất là 3 từ khóa, ví dụ như “trousers wholesalers Japan” hay “outerwear retailers Japan”.

Tạo danh sách chọn lọc từ danh sách tổng hợp

Sau khi có được danh sách tổng hợp bạn sẽ có trong tay rất nhiều công ty nhưng không phải công ty nào cũng có triển vọng. Bạn sẽ phải sàng lọc để có được một danh sách chọn lọc. Những gợi ý sau có thể giúp ích cho bạn trong việc sàng lọc:

- Kiểm tra thông tin trên website của các công ty (về quy mô, chính sách tìm kiếm nguồn hàng, sản phẩm, chiến lược cạnh tranh...)
- Gọi điện đến các công ty còn lại và/hoặc các hiệp hội để có thêm thông tin chi tiết.
- Đồng thời tận dụng thư điện tử (email), tốt nhất là sau khi đã gọi điện.

Tiếp cận đối tác

Các nhà mua hàng Nhật gặp các nhà cung cấp mới qua việc đi dự hội chợ. Một trong số những hội chợ quan trọng nhất là IFF (International fashion fair) ở Tokyo Nhật Bản (<http://www.senken.co.jp>). Dùng danh sách chọn lọc của bạn để làm những cuộc hẹn ở hội chợ.

Bạn cũng có thể liên lạc với nhà nhập khẩu qua điện thoại để tự giới thiệu về mình. Trước tiên bạn phải có được tên của người quản lý chịu trách nhiệm mua hàng. Kể đến bạn nên sắp xếp một cuộc nói chuyện điện thoại ngắn với người đó và giữ liên lạc qua thư điện tử (email), trong thư nhớ đề cập đến cuộc điện đàm mà bạn đã thực hiện. Có thể họ sẽ muốn bạn gửi một tờ brochure giới thiệu về sản phẩm của công ty của bạn.

Khuyến nghị

Phải chắc chắn là bạn đã sẵn sàng đáp ứng được yêu cầu của thị trường và của khách hàng. Xin vui lòng xem thêm phần [Yêu cầu tiếp cận thị trường](#) cho sản phẩm này. Ngoài ra, bạn có thể xem thêm [Thông tin mẫu của một người mua hàng](#) để có thêm thông tin.

C. THÔNG TIN MẪU CỦA MỘT NGƯỜI MUA HÀNG

Học từ một khách hàng tiềm năng hàng đầu !

Ngành kinh doanh chính của công ty

Tập đoàn Seiyu là tập đoàn bán lẻ hàng đầu ở Nhật Bản. Là nhà bán lẻ ở với chủng lượng mặt hàng phong phú phục vụ các mặt của đời sống.

Quy mô của công ty

Seiyu có xấp xỉ 18.774 nhân viên với doanh số 6.3 triệu USD năm 2007.

Lãnh địa hoạt động

204 cửa hàng hoạt động ở Nhật Bản và nhiều nước trên thế giới.

Chính sách về chất lượng

- Là nhà bán lẻ đầu tiên ở Nhật Bản nhận chứng chỉ ISO 14001 về môi trường.
- Các hoạt động về trách nhiệm xã hội doanh nghiệp là tâm điểm thúc đẩy phát triển của cả tập đoàn.
- Tiêu chí của tập đoàn là đem lại chất lượng sản phẩm và dịch vụ cao nhất cho khách hàng.

Yêu cầu đối với nhà cung cấp

- Làm việc với nhà cung cấp về việc cải thiện chuỗi cung cấp từ nhà cung cấp đến Seiyu trên cơ sở đôi bên cùng có lợi, hợp tác hiệu quả để giảm thiểu chi phí và đem lại giá trị cao nhất cho khách hàng và cộng đồng.
- Năm 2006, Seiyu đã cùng đối tác chiến lược của mình là Walmart đề ra những tiêu chí về đạo đức kinh doanh cho công ty và hệ thống các nhà cung cấp trong hệ thống.

Khuyến nghị

Hồ sơ của Seiyu chỉ là một ví dụ của nhà nhập khẩu may mặc tiềm năng ở Nhật, giúp bạn hiểu hơn về ngành may mặc ở thị trường này. Nó cũng có thể giúp bạn dự đoán được các nhà mua hàng yêu cầu gì ở mình. Xin vui lòng xem thêm phần Cấu trúc thương mại và phần Danh sách người mua hàng tiềm năng cho sản phẩm này. Cuối cùng, vui lòng vào website của Seiyu để biết thêm thông tin <http://www.seiyu.co.jp>

D. KINH NGHIỆM THỰC TIỄN

Phương pháp thanh toán

Các nhà mua hàng Nhật và nhà cung cấp Việt Nam làm việc dựa trên lòng tin. Có nhiều phương pháp thanh toán như T/T trả sau trong vòng 10-30 ngày, deposit 50%, đôi khi L/C.

Vận chuyển

Hầu hết việc vận chuyển là bằng đường biển, đối với mặt hàng thời trang giao cho các nhà bán lẻ thì giao hàng bằng đường hàng không.

Điều kiện giao hàng

Hầu hết là FOB hay CMPT.

Đóng gói

Tùy theo yêu cầu của khách hàng và từng loại mặt hàng mà hàng sẽ được đóng gói dạng treo đứng rồi đưa vào container hay đóng gói và cho vào hộp cac – tong trước khi được đóng lên pallet.