

SẢN PHẨM GIÀY DÉP HS 640391 - THỊ TRƯỜNG ĐỨC NGƯỜI MUA HÀNG

1. Các kênh phân phối cho các nhà xuất khẩu Việt Nam

Nhóm mục tiêu quan trọng nhất tại Đức cho các nhà xuất khẩu giày dép có đế bằng cao su, nhựa, da hoặc hỗn hợp da và mũ giày bằng da, ủng cưỡi ngựa (ngoại trừ giày dép có mũi bằng kim loại để bảo vệ, giày dép thể thao, giày dép chỉnh hình và giày dép đồ chơi) – HS 640391 của Việt Nam là các nhà nhập khẩu và các nhà bán sỉ, đặc biệt là những nhà xuất khẩu lần đầu xâm nhập thị trường Đức. Các nhà nhập khẩu này sẽ bán hàng cho các nhà bán lẻ lớn, nhỏ, các cửa hàng bách hóa tổng hợp hoặc những nhóm mua hàng...v. v. Một số nhà nhập khẩu, bán sỉ giày dép lớn của Đức gồm:

- Bartles Schuhe GmbH, Braunschweig (<http://www.schuh-bartels.de>).
- Josef Tretter GmbH, München (<http://www.bartu.de>).
- Schuh-Berzel EmbH, Appelheim, (<http://www.berzel.de>).
- Schuh-Mohr GmbH, Würzburg, tel. ++ 49 915 03 33.
- Schuhhaus StieZel, Foslar, te., ++ 49 53 21 23 584.

2. Xu hướng cấu trúc thương mại

Các hãng chuyên về giày dép vẫn chiếm ưu thế trong lĩnh vực phân phối giày với các chuỗi cửa hàng Deichmann và Reno vốn đang chiếm ¼ thị trường giày dép của Đức hiện đang mở rộng hoạt động tại các trung tâm mua sắm. Kết quả là nhiều nhà bán lẻ chuyên về giày dép độc lập đã tham gia cùng với các tập đoàn mua hàng chống chọi lại với các đối thủ cạnh tranh này.

Mặt khác, sức mạnh truyền thống của các hãng chuyên về giày dép đã phải đương đầu với số lượng ngày càng tăng của các hãng không chuyên biệt hiện đang bán giày dép, nhất là các cửa hàng quần áo và các nhà điều hành hoạt động mua sắm tại nhà, bao gồm cả những người bán trên Internet.

Nhiều loại cửa hàng bán giày dép khác nhau đã tạo ra các cơ hội thâm nhập thị trường cho các nhà xuất khẩu từ các nước đang phát triển. Tầm quan trọng của các nhà nhập khẩu và bán sỉ truyền thống đang giảm dần nhưng họ vẫn tiếp tục là con đường tốt nhất cho các nhà xuất khẩu đi vào thị trường. Các nhà bán lẻ lớn và các đại siêu thị có nhiều khả năng nhất nhưng không phải lúc nào cũng sẽ mua hàng trực tiếp từ các nhà sản xuất hay sử dụng đại lý tại các nước sản xuất. Các đại lý giày cũng đóng một vai trò nhất định tại Đức. Có một chi nhánh của Liên đoàn các Đại lý Đức chuyên biệt về giày (<http://www.cdh.de/verband/fachverbaende/mode>).

Theo thống kê Eurostat, có khoảng 2.287 doanh nghiệp bán sỉ quần áo và giày dép tại Đức trong năm 2006, con số này đã biến động mạnh trong những năm gần đây.

Các nhà nhập khẩu và bán sỉ đang chú ý gồm:

- Bartu Schuhhandels GmbH & Co. tại Munich (<http://www.bartu-online.de>). Công ty bán các loại giày thời trang, thanh lịch hoặc thể thao cho cả nam lẫn nữ. Cửa hàng trực tuyến có các chi nhánh tại Munich và Augsburg.
- Mayer's Markenschuhe GmbH. tại Treuen. (<http://www.mayers->

markenschuhe.de/). Công ty bán rất nhiều loại giày chất lượng cho nam, nữ và trẻ em.

- Trend Marken Shop tại Ratingen, chuyên nhập khẩu sản phẩm có thương hiệu chất lượng cao trong lĩnh vực quần áo và giày dép (<http://www.trendmarkenshop.de>).
- Yellowgelb tại Mudersbach vừa là một nhà nhập khẩu, vừa là một công ty thương mại. Sản phẩm chính là giày và giày cao cổ (<http://www.yellowgelb.de>).
- Wallace tại Berlin buôn bán giày có thương hiệu của nam và nữ (<http://www.made-in-italy.de.tl>).

Ngành bán lẻ

Kể từ năm 2002, các tập đoàn mua hàng đã đánh mất thị phần lớn nhất và các chuỗi cửa hàng chuyên về giày dép và các chuỗi bán lẻ có bán giày dép đã giành được lợi thế lớn nhất.

Theo Cơ quan Thống kê Đức, có khoảng 6.373 công ty bán lẻ giày dép và hàng da trong năm 2006 với

12.072 cửa hàng. Con số này đã giảm từ mức 7.613 vào năm 2000. Do kết quả của việc phá sản và sáp nhập, bán lẻ giày dép đã trở nên tập trung hơn. Trong năm 2006, khoảng 57% công ty đã phát sinh doanh thu tới 10 triệu euro hay cao hơn, gia tăng 6% so với 51% vào năm 2000.

Tại Đức, các nhà bán lẻ độc lập chiếm tới 62,5% tổng doanh số bán ra mặt hàng giày dép. Các nhà bán lẻ độc lập này ngày càng được ưa chuộng vì họ luôn có các mẫu hàng đúng mốt, hợp thời trang và chất lượng tốt. Hầu hết các nhà bán lẻ hoạt động ở các vùng lân cận, tuy nhiên họ cũng đang phải chịu sức ép ngày càng tăng về môi trường thị trường hiện tại.

Vị trí của các nhà bán lẻ lớn mạnh hiện nay phần lớn là nhờ sự hợp tác trong các hiệp hội mua hàng, vốn tiếp quản những trách nhiệm nhất định từ các thành viên của họ như thu mua, tiếp thị và giao nhận vận tải. Những tập đoàn mua hàng lớn gồm Garant Schuh + Mode AG và ANWR (Aniston/Nord-West-Ring e.G). Garant ANWR vốn là tập đoàn mua hàng giày dép lớn nhất của Đức, có khoảng 1.600 thành viên tại Đức.

Hai nhà bán lẻ giày dép hàng đầu của Đức gồm:

- Deichmann Group (<http://www.deichmann.de>)
- Reno (<http://www.reno.de>).

Một số điểm cần lưu ý khi làm việc với nhà xuất khẩu/bán sỉ giày dép Đức là lợi nhuận biên của họ cao và họ có thể yêu cầu bán hàng độc quyền tại Đức.

Một số mặt hàng giày dép được nhập khẩu thông qua các đại lý chuyên về các loại giày dép cụ thể.

Các nhà bán lẻ lớn như cửa hàng lớn, bách hóa, cửa hàng giảm giá đang có xu hướng mua trực tiếp từ các nhà sản xuất nước ngoài, bằng cách tự nhập khẩu hoặc sử dụng một đại lý mua hàng hoặc có nhà mua hàng quốc tế riêng của họ để không ngừng tìm kiếm các sản phẩm mới, đẹp tại châu Á hoặc các quốc gia đang phát triển.

Vai trò của thương mại điện tử, mua hàng điện tử.

Đặt hàng qua thư tín tiếp tục là một kênh quan trọng tại Đức và tính phổ biến của việc mua sắm tại nhà thông qua Internet là một phần nguyên do gây suy giảm doanh số bán

hàng thông qua các kênh truyền thống. Các đầu thủ hàng đầu là:

- Otto (<http://www.otto.de>),
- Neckermann (<http://www.neckermann.de>)
- Quelle (<http://www.quelle.de>).

Ngoài ra, hầu hết các chuỗi bán lẻ giày dép đều có mặt trên mạng Internet

Thương mại điện tử đang ngày càng được sử dụng rộng rãi trong thương mại giày dép tại Đức.

Thủ tục thu mua

Tại Đức, hầu hết những người mua hàng đều tìm kiếm các mối quan hệ lâu dài.

Một vài lời khuyên

Để thiết lập quan hệ làm ăn lâu dài với nhà nhập khẩu giày dép tại Đức. Hãy tìm hiểu một số thông tin cần thiết về đối tác trước khi lựa chọn. Cũng nên kiểm tra tín dụng của đối tác tiềm năng thông qua một công ty chuyên biệt như Dun and Bradstreet (<http://www.dnb.com>).

3. Tìm nhà nhập khẩu

3.1. 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 tiên hãy đọc phần cấu trúc thương mại (kênh phân phối) của ngành 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 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.

3.2. Nguồn thông tin

Hãy sử dụng các nguồn thông tin sau để xây dựng một danh sách tổng hợp.

- Cổng thương mại giày dép Đức: <http://www.schuhe.de>
- Liên đoàn Giày dép Đức: <http://www.hds-schuh.de>
- Hiệp hội các nhà bán lẻ giày dép: <http://www.dbse.org>

3.3. Tạo danh sách ngắn (chọn lọc)

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 ngắn. 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.

- Cũng có thể liên lạc bằng thư điện tử, tốt nhất là sau khi đã gọi điện.

3.4. Tiếp cận đối tác

Địa điểm tốt nhất để bạn gặp được các khách hàng tiềm năng là tại hội chợ thương mại giày dép. Hội chợ thương mại chính cho ngành giày dép tại Đức được gọi là GDS (International Shoe Fair), được tổ chức hàng năm tại Düsseldorf vào tháng 3 và tháng 9 (<http://www.gds-online.com> và <http://www.schuhmarkt-news.de>).

Ngoài ra cũng có một số hội chợ thương mại vùng được tổ chức hàng năm. Hãy dựa vào danh sách ngắn của bạn để bố trí các cuộc hẹn tại hội chợ này.

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 nhập hàng. Kế đến bạn nên sắp xếp một cuộc nói chuyện điện thoại ngắn với người đó và giữ liên lạc qua thư điện tử, trong thư hãy đề cập đến cuộc điện đàm mà bạn đã thực hiện. Sau vài ngày, gọi điện cho người phụ trách mua hàng một lần nữa để xem họ có quan tâm đến lời đề nghị của bạn hay không. Có thể họ sẽ muốn bạn gửi một tờ bướm giới thiệu về sản phẩm của công ty của bạn.

Một vài lời khuyên

Phải chắc chắn là bạn đáp ứng được nhu cầu của thị trường và của khách hàng. Xin vui lòng xem thêm phần Yêu cầu về tiếp cận thị trường cho sản phẩm này.

Ngoài ra, bạn có thể xem thêm hồ sơ nhà nhập khẩu để có thêm thông tin.