

GIÀY THỂ THAO HS640319 - ANH

NGƯỜI MUA HÀNG

A. CẤU TRÚC THƯƠNG MẠI

1. Những kênh phân phối thích hợp cho nhà xuất khẩu VN

Kênh xâm nhập quan trọng nhất vào thị trường giày dép của Anh là trực tiếp với các nhà bán lẻ, kể cả chuyên biệt và không chuyên biệt. Vai trò của đại lý cũng quan trọng, mặc dù ảnh hưởng của họ đã giảm do tầm quan trọng của những nhà bán lẻ lớn đã tăng. Vai trò của các nhà bán buôn cũng quan trọng, làm trung gian thay thế cho những nhà bán lẻ lớn.

Đối với những nhà xuất khẩu nhỏ từ các nước đang phát triển, lĩnh vực bán buôn ở những cửa hàng nhỏ, hoặc sử dụng một đại lý cũng là nhân viên của những nhà sản xuất khác, sẽ là những kênh thích hợp nhất.

Một số những nhà nhập khẩu tiềm năng như Rieker, một công ty Thụy Sĩ có văn phòng ở các quốc gia EU (www.rieker.co.uk), Magnus và Warren là công ty lấy hàng từ ngành giày dép Anh và có khách hàng là những mối bán lẻ hàng thời trang cao cấp và những cửa hàng giày dép giảm giá và các nhà bán buôn. (<http://www.magnusandwarren.com>).

Trong lĩnh vực giày dép thể thao, một đơn vị đầy tiềm năng đáng chú ý là Just Sports. Các nhà bán buôn giày dép thể thao khác bán sỉ cho các cửa hàng thể thao là Ugosports (<http://www.ugosports.co.uk>) hoặc Reydon Sports (<http://www.reydonsports.com>).

Ngoài ra, các nhà bán lẻ hàng đầu đáng chú ý gồm Sports World (<http://www.sports-world.com>), JJB (<http://www.jjbsports.com>) và JD Sports (<http://www.jdsports.co.uk>).

2. Xu hướng trong cấu trúc thương mại

Nhiều nhà bán lẻ lớn như Clarks cũng là nhà sản xuất, họ sẽ tự nhập khẩu sản phẩm cho mình. Một số nhà bán lẻ lớn có xu hướng nhập khẩu trực tiếp từ những nhà sản xuất ở nước ngoài.

Giày dép ngày càng được bán rộng rãi ở nhiều loại cửa hàng, siêu thị, như Tesco và Asda, tạo sự tiện lợi cho người tiêu dùng và bởi giá cả thấp.

Đối với kênh bán lẻ giày dép chuyên dụng, giày dép thường được bán ở những chuỗi cửa hàng chuyên dụng; còn đối kênh bán hàng không chuyên, thị phần bán hàng ở những cửa hàng quần áo chiếm đa số, rồi mới đến những nhà bán lẻ hàng thể thao.

3. Vai trò của thương mại điện tử

Thương mại điện tử ngày càng đóng vai trò quan trọng và được sử dụng nhiều trong khâu tiếp thị và kinh doanh giày dép tại Anh.

Anh là quốc gia có tỉ lệ người tiêu dùng mua hàng thể thao trực tuyến cao nhất trong các quốc gia thuộc EU.

4. Quy trình lựa chọn nhà cung cấp

Hầu hết nhà nhập khẩu Anh tìm kiếm các mối quan hệ làm ăn lâu dài. Những lý do mua hàng quan trọng của họ là sự tin tưởng, nguồn hàng đảm bảo, chất lượng thống nhất và giá cả hợp lý. Các chương trình khuyến mại cũng rất quan trọng để tiếp thị các sản phẩm giày dép tại Anh, đặc biệt là sau lễ Noel.

5. Khuyến nghị

Hãy thiết lập quan hệ bền vững với nhà nhập khẩu, và liên hệ trực tiếp với các nhà bán lẻ lớn để bạn có thể đạt được giá cả tốt hơn là khi thông qua nhà nhập khẩu hay một đại lý.

B. DANH SÁCH NGƯỜI MUA TIỀM NĂNG

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 khi bắt đầu, xin hãy đọc phần cơ cấu thương mại (kênh phân phối) của ngành (product/country) 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.

2. Nguồn tư liệu

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

- Liên đoàn Giày dép Anh - <http://www.britfoot.com>
- Hiệp hội các nhà bán lẻ giày dép độc lập - <http://www.shoeshop.org.uk>
- Europages – <http://www.europages.com>

Đầu tiên tìm kiếm bằng từ khóa, như “giày thể thao”, sau đó chọn “tìm kiếm theo loại hình hoạt động hoặc loại hình công ty”, bạn sẽ có nhiều lựa chọn cụ thể hơn.

- Google – <http://www.google.com>

Dùng Google để tìm người mua hàng tiềm năng của bạn, nhưng khuyến nghị bạn tìm kiếm với ít nhất 3 từ cụ thể như “footwear importers UK”.

3. Tạo danh sách chọn lọc từ danh sách tổng hợp

Sau khi có được danh sách tổng hợp (long list), 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 (short list). 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.

4. Tiếp cận đối tác

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 (email), trong thư nhớ 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.

5. Khuyến nghị

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 tiếp cận thị trường cho sản phẩm này. Ngoài ra, bạn có thể xem thêm hồ sơ người mua hàng (buyer profiles) để có thêm thông tin.