

Sự cạnh tranh trên thị trường giày dép châu Âu

Do tình hình suy thoái kinh tế, số lượng các nhà sản xuất giày dép giảm hầu như ở tất cả các phân đoạn thị trường trên thị trường Châu Âu trong một vài năm qua, trong khi đó các công ty lớn vẫn tăng về doanh thu và thị phần. Hiện tại, tình trạng suy thoái đã giảm và nhiều nhà phân tích cho rằng nền kinh tế đã quay trở lại mức trước suy thoái. Tuy nhiên, nhiều thứ đã thay đổi. Tốc độ tăng trưởng ngày càng cao của thương mại điện tử đang ảnh hưởng tới tình hình cạnh tranh của thị trường giày dép Châu Âu. Một số công ty rất thành công trong lĩnh vực thương mại điện tử trong khi nhiều công ty khác đánh mất thị phần. Nói chung, thị trường giày dép có tính cạnh tranh rất cao, với nhiều người bán khác nhau và chủng loại sản phẩm đa dạng. Việc quản lý chuỗi cung ứng ngày càng trở nên quan trọng và là một cách để bắt kịp với các tiêu chuẩn của Châu Âu. Nếu bạn có thể nhanh chóng thích nghi với những thay đổi liên tục, bạn sẽ có cơ hội lớn để thành công trên thị trường này.

Cơ hội và rào cản thâm nhập thị trường

➤ Pháp lý

Các nhà xuất khẩu giày dép từ các nước đang phát triển tiếp cận thị trường Châu Âu sẽ phải đối mặt với những quy định pháp lý nghiêm ngặt về những vấn đề như sử dụng hóa chất và thuốc nhuộm. Tiêu chuẩn về các loại hóa chất chủ yếu trong lĩnh vực này được gọi là Quy định đăng ký, đánh giá, cho phép và hạn chế các loại hóa chất (REACH). Tiêu chuẩn này không thể thương lượng và tạo ra một rào cản cho các công ty mới tiếp cận thị trường. Thách thức lớn nhất mà nhiều nhà sản xuất gặp phải là tìm kiếm được nhà cung cấp các nguyên vật liệu tuân thủ quy định REACH, đặc biệt một số nguyên liệu cụ thể được quy định với số lượng rất nhỏ.

➤ Hiệp định thương mại tự do

Hệ thống ưu đãi thuế quan phổ cập (GSP) của Châu Âu có ảnh hưởng thậm chí lớn hơn tới khả năng cạnh tranh của các công ty mới tiếp cận thị trường. Châu Âu dựa trên các Hiệp định thương mại tự do (FTA) để quy định về GSP. Các nhà xuất khẩu từ các nước có quan hệ thương mại tự do với Châu Âu sẽ được hưởng lợi từ việc xóa bỏ thuế nhập khẩu. Điều này có nghĩa là giá của họ có thể thấp hơn tới 12% so với các nhà xuất khẩu từ các nước không có quan hệ thương mại tự do. Đây là một lý do tại sao Trung Quốc, không có FTA với Châu Âu, đang phải đối mặt với sự cạnh tranh về giá cả (chi phí lao động của Trung Quốc cũng đang tăng lên). Mặt khác, một số nước mới nổi trên thị trường giày dép, như Bangladesh và Myanmar – và ngay tiếp theo đó là Việt Nam – được hưởng lợi từ quan hệ thương mại tự do với Châu Âu. Mặc dù ngành giày dép ở những nước này kém phát triển hơn Trung Quốc về mặt dịch vụ, lợi thế của thương mại tự do có nghĩa là về giá họ có thể cạnh tranh thành công với Trung Quốc.

- **Lời khuyên**

- + Doanh nghiệp cần đảm bảo rằng nguyên vật liệu bạn sử dụng tuân thủ theo các quy định của REACH. Nâng cao khả năng cạnh tranh của bạn bằng cách giảm thiểu rủi ro về các chất bị cấm.
- + Xem thêm các nghiên cứu về các yêu cầu của người mua đối với giày dép để có cái nhìn tổng quan hơn về các nhu cầu pháp lý và phi pháp lý trong ngành giày dép châu Âu.
- + Nếu bạn sống ở một quốc gia có FTA với châu Âu, hãy đảm bảo người mua của bạn biết về lợi thế giá cả mà FTA mang lại.
- + Kiểm tra International Trade Centre's Market Access Map để biết thêm thông tin về vị trí của bạn và của đối thủ cạnh tranh.

- **Hợp nhất**

Do suy thoái kinh tế, với doanh số bán hàng giảm dần và áp lực không ngừng về lợi nhuận, hầu hết các công ty bán lẻ giày dép và các nhãn hiệu riêng có chiến lược hợp nhất. Điều này có nghĩa là có ít nhà sản xuất hơn, trong khi đó doanh số và thị phần của các công ty lớn vẫn tăng: khách hàng trở nên thận trọng hơn trong việc lựa chọn mua hàng từ ai và một số nhà cung cấp sẽ mất thị phần.

Việc số nhà cung cấp trên thị trường tăng lên, khách hàng có thể có quyền thương lượng với nhà sản xuất và tăng các yêu cầu của họ. Nhiều người đã thực hiện việc này, sử dụng hệ thống Chỉ số đo lường hiệu quả công việc (KPI) để kiểm soát hoạt động của nhà cung cấp. Những công ty hoạt động không hiệu quả sẽ bị bỏ qua và các công ty hoạt động tốt sẽ có nhiều cơ hội kinh doanh hơn. Tuy nhiên, các điều kiện thị trường khó khăn có nghĩa là có cơ hội công bằng dành cho tất cả các nhà cung cấp. Nếu bạn có thể đáp ứng lại các yêu cầu về chất lượng, giá tốt và giao hàng đúng hạn, đồng thời cung cấp được thiết kế tốt và có kỹ năng sáng tạo, bạn sẽ nổi trội so với các công ty đối thủ khác.

- **Thu hút các nhà bán lẻ bằng sự sáng tạo và tốc độ nhanh hơn**

Một cơ hội khác là cung cấp các sản phẩm cải tiến hoặc ý tưởng sáng tạo và đẩy nhanh thời gian sản xuất và giao hàng của bạn. Bằng cách này bạn có thể thu hút các nhà bán lẻ. Nhiều nhà bán lẻ đang đánh mất thị phần, do kết quả doanh thu thấp và sự tăng trưởng nhanh của thương mại điện tử. Họ đang tìm kiếm các phương án thay thế, bao gồm cả các cách tiếp cận mới và thời gian xử lý đơn hàng ngắn hơn, để có thể bắt kịp xu hướng trong ngắn hạn và quay trở lại với việc kinh doanh.

- + Doanh nghiệp cần theo dõi sát và cố gắng thích nghi với các xu hướng của thị trường châu Âu. Ví dụ các công việc bạn có thể làm bao gồm thời gian giao hàng, khả năng sáng tạo, sử dụng các nguyên liệu sáng tạo và hoạt động sản xuất thân thiện với môi trường.
- + Bạn cũng cần giảm thời gian sản xuất xuống mức tối thiểu. Nếu bạn có thể xử lý đơn

hàng trong thời gian ngắn, bạn hãy thông báo cho khách hàng tiềm năng của mình, đặc biệt là các nhà bán lẻ. Họ sẽ coi việc nhanh hơn là một lợi thế cạnh tranh rõ ràng.

Bán hàng qua Internet

Các công ty tiếp cận thị trường cũng phải đối mặt với một sự thay đổi đang diễn ra trên thị trường giày dép châu Âu: những áp lực của ngành bán lẻ, việc mua hàng qua internet đang ngày càng giành được sự tin tưởng và phổ biến của người tiêu dùng. Cơ hội mới này mang lại sự phát triển cho một dịch vụ khác. Giao hàng nhanh và hàng hóa sẽ là yếu tố chủ yếu. Các nhà sản xuất tham gia thị trường mới này với khả năng tổ chức có thể thích nghi được sẽ nhận được những kết quả tốt.

Hầu hết các nhà bán lẻ đã mở được cửa hàng trực tuyến của riêng họ và đang sử dụng các cửa hàng trực tuyến của các công ty cung cấp dịch vụ khác để bán hàng của họ.

Điều thú vị là, một số công ty bán hàng qua internet cũng đang mở các cửa hàng giày dép, chủ yếu để cung cấp dịch vụ.

- **Lời khuyên**

- + Xem thêm nghiên cứu và các phân khúc và các kênh thị trường của thị trường giày dép châu Âu để có thêm nhiều thông tin hơn.
- + Doanh nghiệp có thể tăng doanh số bán hàng qua internet thông qua việc nghiên cứu làm thế nào để có được thời gian xử lý đơn hàng ngắn hơn và cải tiến quy trình sản xuất.
- + Hãy xem xét lại trang web của bạn và các tài liệu quảng bá của công ty, đảm bảo chúng phù hợp với những gì khách hàng muốn thấy.
- + Hỗ trợ mǎng thương mại điện tử cho khách hàng bằng cách nâng cấp các dịch vụ số,

ví dụ cung cấp nhiều dữ liệu số hơn và tốt hơn kèm theo ảnh và video về sản phẩm.

➤ **Nhận thức của người tiêu dùng**

Một yếu tố chủ yếu khác mà các công ty mới cần chuẩn bị là nhận thức của người tiêu dùng. Người tiêu dùng châu Âu ngày càng quan tâm nhiều tới giá cả, chất lượng, các tiêu chuẩn môi trường, các phương thức sản xuất có trách nhiệm và nguồn gốc xuất xứ. Thời gian doanh thu cao cho người tiêu dùng Tủ quần áo cá nhân đang mất dần khả năng mua hàng có trách nhiệm và chất lượng. Về phía khách mua hàng, việc thay đổi về nhận thức của người tiêu dùng cộng thêm tác động từ phía báo chí khiến cho các yêu cầu về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (CSR) ngày càng nghiêm ngặt. Việc này làm tăng chi phí giá cả, tuy nhiên, hầu hết người tiêu dùng đều sẵn sàng trả nhiều tiền hơn cho các sản phẩm đảm bảo được yêu cầu về CSR.

• **Lời khuyên**

- + Là một nhà cung ứng, doanh nghiệp cần nhận thức được rằng cách thức bạn đáp ứng lại xu hướng về CSR sẽ tác động nhiều đến khả năng cạnh tranh của bạn.
- + Có thể sản xuất sản phẩm, hoặc sản xuất một phần ở châu Âu để đẩy nhanh tốc độ giao hàng.
- + Sử dụng các nguyên vật liệu đảm bảo quy định CSR, như các loại nguyên liệu tái chế và hữu cơ. Nếu bạn có thể phát triển một dòng sản phẩm chuyên sử dụng các loại nguyên vật liệu này, bạn có thể tạo ra lợi điểm bán hàng độc nhất mạnh cho doanh nghiệp của bạn.
- + Bạn không nên coi CSR là một mối đe dọa mà là một cách để giúp bạn khác biệt so với nhiều nhà máy khác.
- + Sử dụng các loại vật liệu thân thiện với thiên nhiên và tìm hiểu các xu hướng này để

thích nghi sản phẩm mới của bạn, từ đó giúp bạn nâng cao khả năng cạnh tranh.

Các sản phẩm thay thế

➤ Ít là nhiều

Do có quá nhiều sự thay đổi diễn ra trong ngành giày dép, nên một số hình thức mua hàng thay thế đang xuất hiện. Nói chung, người tiêu dùng đang chi tiêu ít hơn cho giày dép, do áp lực về kinh tế nên họ muốn tiết kiệm tiền. Chỉ có một ngoại lệ duy nhất là các sản phẩm giày dép thể thao giá rẻ. Hàng thời trang nhanh, với đặc tính là tần suất mua hàng lớn, đang dần được thay thế bởi người tiêu dùng mua hàng cân nhắc hơn do ngày càng có nhiều người tiêu dùng giảm tần suất mua giày dép và tập trung nhiều hơn vào các sản phẩm có độ bền và tính bền vững. Ở phân khúc thị trường tầm trung, nhiều người tiêu dùng thay thế các sản phẩm tầm trung bằng các sản phẩm giày dép thấp cấp và rẻ hơn. Ở khúc thị trường cao cấp, doanh số bán hàng tại châu Âu đang giảm. Nhiều nhãn hiệu đang muốn bù đắp khoản mất mát này bằng cách tiếp cận các thị trường mới nổi ngoài châu Âu, như Trung Quốc.

➤ Khái niệm mới thay thế những khái niệm cũ

Đôi khi, các sản phẩm hoặc ý tưởng mới có thể thay thế các sản phẩm/ ý tưởng cũ. Crocs là một ví dụ điển hình. Khi thương hiệu này nổi lên, họ giới thiệu một loại sản phẩm giày dép hoàn toàn mới, dựa trên phương thức sản xuất có điều chỉnh nhỏ. Ở một mức độ nào đó, các sản phẩm này đã thay thế các loại dép bệt, dép xỏ ngón và giày dép thông thường. Khả năng có thể xác định được cơ hội tương tự, hoặc ít nhất có thể tận dụng cơ hội khi người khác đã nghĩ ra trước, là một cách quan trọng để tăng cường vị thế cạnh tranh của bạn và tách biệt bạn ra khỏi đám đông.

• Lời khuyên

- + Tiêu dùng có cân nhắc (về môi trường, các điều kiện xã hội và chất lượng) là một cơ hội phát triển khác. Quan tâm đến những cân nhắc của người tiêu dùng sẽ làm tăng khả năng cạnh tranh của bạn. Bạn hãy cân nhắc đến việc xin chứng nhận sinh thái hoặc các dạng chứng nhận khác để thể hiện những nỗ lực của bạn đáp ứng lại xu hướng này.
- + Trong phân khúc thị trường giày dép thấp cấp, các sản phẩm giày dép giá rẻ, chất lượng thấp lại có cơ hội tốt, đặc biệt là các loại giày dép mang xu hướng thể thao. Nếu bạn là nhà cung cấp cạnh tranh về giá cả, bạn có thể hướng đến phân khúc thị trường này.

➤ **Đối thủ cạnh tranh cũ và mới**

Là một nhà xuất khẩu từ quốc gia đang phát triển, bạn sẽ phải đối mặt với sự cạnh tranh gay gắt từ các đối thủ cũ trên thị trường châu Âu, cũng như từ các công ty mới tiếp cận thị trường. Trên thực tế, khi mới tiếp cận thị trường, bạn có thể sẽ gặp rất nhiều khó khăn. Những công ty thành công là những công ty có nhiều điểm khác biệt so với các công ty khác. Môi trường cạnh tranh khốc liệt cũng đồng nghĩa với việc những sơ suất có thể dẫn đến hậu quả nhanh chóng: những nhà cung cấp thất bại ở các lĩnh vực sẽ nhanh chóng bị các công ty mới thay thế.

• **Lời khuyên**

- + Nguồn cung cạnh tranh khốc liệt cũng đồng nghĩa với việc khách hàng sẵn sàng thay thế những nhà cung cấp hoạt động kém. Nếu bạn là công ty mới tiếp cận thị trường, bạn hãy đảm bảo rằng khách hàng tiềm năng biết bạn là ai và bạn cung cấp cái gì để họ có thể liên hệ với bạn ngay khi một trong các nhà cung cấp hiện tại bị thay thế. Việc quảng bá liên tục sẽ đem lại những kết quả nhất định.
- + Nếu đã xuất khẩu, hãy làm mọi cách để tránh sai lầm và đáp ứng được các yêu cầu

của khách hàng. Nếu bạn gặp vấn đề, hãy nhanh chóng trao đổi rõ ràng và cởi mở với khách hàng, nhờ họ giúp bạn tìm ra giải pháp. Dù sao thì khách hàng không muốn phải chuyển sang nhà cung cấp mới do sẽ phát sinh chi phí và rủi ro.

➤ **Da không có Chromium**

Một xu hướng phát triển gần đây là sự tập trung gia tăng các tiêu chuẩn đối với da thuộc. Quy trình thường được sử dụng là thuộc da bằng Chromium có thể gây hại tới môi trường, tùy thuộc vào loại crom được sử dụng. Ví dụ, Chromium VI là một chất độc không đáp ứng được tiêu chuẩn REACH. Ngành này đang đẩy mạnh việc sử dụng các phương pháp thay thế. Ví dụ như sử dụng phương pháp thuộc da Easy White của Stahl, một hệ thống thuộc da không sử dụng Chromium.

• **Lời khuyên**

Mặc dù các phương pháp xử lý da bền vững đắt hơn so với các phương pháp truyền thống, và việc sử dụng phương pháp này cũng đòi hỏi đầu tư về phần cứng, nhưng các phương pháp này giúp bạn có thể tạo ra sự khác biệt so với các công ty xử lý da khác và các công ty sản xuất da phục vụ cho ngành giày dép.

➤ **Quyền thương lượng giữa nhà cung cấp và khách hàng**

Trong ngành giày dép, đã từ lâu khách hàng có vị thế tương đối quyền lực. Nhiều khách hàng vẫn duy trì điều này. Khả năng họ có thể tính toán được chính xác chi phí giá cả của bạn sẽ khiến bạn khó có thể thương lượng để đạt được mức lợi nhuận cao hơn. Tuy nhiên, nhiều thay đổi đang diễn ra. Một sự thay đổi là những nước cung cấp lớn, nổi lên là Trung Quốc, đến nay đã có đủ tiền, chuyên môn và sự linh hoạt để bắt đầu đặt ra nhu cầu của bản thân. Điều này có nghĩa là một số khách hàng đang tìm kiếm nguồn thay thế và sẽ sẵn sàng lắng nghe từ các nhà cung cấp ở các nước đang phát triển khác, miễn là họ

cung cấp đơn hàng tốt.

- + Giá thấp đi đôi với chất lượng và dịch vụ ổn định – cho dù chưa cao – vẫn có thể tăng cường khả năng cạnh tranh của bạn. Điều này có nghĩa là bạn có thể cung cấp cho khách hàng một sự thay thế cho hàng từ Trung Quốc và khách hàng sẽ sẵn sàng lắng nghe từ bạn. Sự ổn định là yếu tố tiên quyết trong vấn đề này.
- + Bạn hãy cố gắng thu mua nguồn nguyên liệu độc đáo và có giá trị cho sản phẩm của bạn. Có rất nhiều xu hướng phát triển mới bạn có thể tận dụng để tạo ra lợi điểm bán hàng độc đáo và đa dạng hóa.

➤ **Bắt kịp xu hướng**

Quy trình phát triển các bộ sưu tập giày dép mới sẽ phải tuân thủ theo sự đổi mới liên tục ở châu Âu. Đặt điều này cùng với các xu hướng thị trường toàn cầu khác và bạn sẽ hiểu rằng bắt kịp với các xu hướng phát triển mới nhất là điều kiện sống còn cho công việc xuất khẩu của bạn. Những đối thủ mạnh nhất của bạn trên thị trường này là những công ty thành công trong việc liên tục cập nhật, đây là yếu tố quan trọng để duy trì khả năng cạnh tranh. May mắn là, internet giúp cho việc tìm hiểu về xu hướng toàn cầu trở nên dễ dàng hơn, cho dù bạn ở đâu.

- + Bắt kịp xu hướng là yếu tố quan trọng để có khả năng cạnh tranh. Hãy xây dựng chiến lược của bạn luôn luôn tìm hiểu về các xu hướng phát triển mới của toàn ngành. Nếu khách hàng thấy rằng bạn hiểu về các xu hướng mới, họ sẽ mong muốn làm việc với bạn hơn. Ví dụ, xu hướng có thể thay đổi với bất kỳ yếu tố sau:
 - Mẫu mã
 - Màu sắc
 - Chất lượng

- Công nghệ
- Hình thức
- + Đầu tư thời gian và công sức để tìm hiểu về khách hàng và thị trường của họ. Đây là chìa khóa để chuyển đổi các xu hướng sang công việc kinh doanh, đồng thời điều này cũng giúp bạn kết hợp các xu hướng mới nổi theo cách phù hợp với các ý tưởng của khách hàng.
- + Bạn cũng có thể tham vấn khách hàng trong việc tái phát triển quy trình kinh doanh của mình. Điều này giúp tạo dựng mối quan hệ kinh doanh bền vững và lâu dài.
- + Khách hàng có thể nhìn nhận các khả năng khác nhau – như kỹ năng thiết kế là các yếu tố cạnh tranh quan trọng. Một mối quan hệ bắt đầu với việc hợp tác đáp ứng các xu hướng mới và dẫn đến việc kinh doanh một sản phẩm có thể bán được trên thị trường sẽ làm gia tăng giá trị toàn bộ chuỗi cung ứng của khách hàng. Nếu bạn có thể tạo dựng được mối quan hệ hợp tác như vậy, bạn sẽ khiến cho khách hàng không thể bỏ qua bạn.
- + Bạn càng đem lại nhiều giá trị cho chuỗi cung ứng, bạn sẽ càng có khả năng cạnh tranh tốt hơn, nhiều cơ hội kinh doanh hơn và việc khách hàng thay thế bạn càng khó khăn hơn.

Khả năng thương lượng với khách hàng và đối thủ cạnh tranh

➤ Nổi trội, sáng tạo hoặc chuyên môn hóa

Cạnh tranh trên thị trường giày dép ngày càng khốc liệt và sẽ càng khốc liệt hơn trong thời gian tới. Việc sản xuất giày dép ngày càng trở thành một “môn khoa học” mà khách hàng có thể đo lường được và ngày càng muốn kiểm soát toàn bộ quy trình. Điều này cũng có nghĩa là có rất ít cơ hội để có thể đạt được lợi nhuận cao.

Trên hết, khách hàng ngày càng muốn có thể kiểm soát hoạt động của các nhà cung cấp. Nếu bạn gây ra quá nhiều sai lầm, khách hàng của bạn sẽ tìm đối thủ cạnh tranh của bạn để thay thế bạn. Các điều kiện thị trường khó khăn trong ngành giày dép không phải là kết quả của việc có quá nhiều nhà cung cấp cạnh tranh giành vị trí mà chủ yếu là việc ngày càng minh bạch và kiểm soát hoạt động trong suốt chuỗi cung ứng. Người mua hàng ngày càng kiểm soát nhiều hơn trong chuỗi cung ứng và với tư cách là nhà cung cấp bạn sẽ phải cân bằng để đáp ứng được các yêu cầu của họ thông qua việc phát triển các thế mạnh của mình.

- **Lời khuyên**

Có 04 cách để gây dựng mối quan hệ kinh doanh trong một môi trường đầy áp lực và thay đổi liên tục:

- + Làm tốt hơn các đối thủ cạnh tranh của bạn trong việc sản xuất và giao hàng,.
- + Tập trung vào các thế mạnh của bạn.
- + Sáng tạo, nhờ đó bạn sẽ khác biệt so với đám đông.
- + Hợp nhất, trở thành chuyên gia trong lĩnh vực cụ thể để có thể đương đầu với bất kỳ cuộc chiến giá cả nào.

➤ **In 3D**

Sự sáng tạo không chỉ được thúc đẩy nhờ các xu hướng thời trang mới mà còn nhờ các công nghệ mới. Một ví dụ là in ba chiều (3D). Công nghệ này đã tiếp cận các ngành sản xuất. Ví dụ, Puma hiện tại đã có những mẫu giày in 3D trong các bộ sưu tập của mình. Mặc dù chưa xuất hiện trong ngành giày dép, nhà bán lẻ Hà Lan Hema đã cung cấp dịch vụ in phụ kiện trực tuyến: người tiêu dùng có thể yêu cầu in trên các sản phẩm của mình và giao hàng theo thiết kế riêng của họ.

In 3D có thể áp dụng với các chi tiết nhỏ, đồng thời cũng có thể áp dụng với sản xuất khuôn và thậm chí cả mũ giày. Công nghệ này chưa được áp dụng rộng rãi, nhưng nếu bạn có thể áp dụng in 3D, chắc chắn bạn sẽ thu hút được sự chú ý và có thể gia tăng thêm giá trị trong con mắt của khách hàng Châu Âu.

- **Lời khuyên**

- + Hãy sử dụng thử, nếu bạn tiếp cận công nghệ in 3D. Hãy trải nghiệm những xu hướng phát triển mới trong công ty của mình.
- + Phát triển việc ứng dụng in 3D cùng với khách hàng của bạn để tạo ra cái gọi là lợi điểm bán hàng độc nhất mà họ muốn nhìn thấy.

- **Tăng tốc độ**

Một cách khác để tạo hình ảnh đẹp trong mắt khách hàng là tăng tốc độ của bạn. Nhu cầu giao hàng nhanh và linh hoạt hơn ngày càng tăng: ở nhiều phân khúc thị trường ngày nay, tính linh hoạt được đánh giá cao hơn giá cả. Khả năng bạn có thể giao đúng sản phẩm tới cửa hàng của khách hàng đúng thời điểm là công thức thành công. Ngành giày dép chưa phát triển trong lĩnh vực này như ngành thời trang. Điều này có nghĩa là vẫn còn nhiều cơ hội để bạn gia tăng tốc độ và có lợi thế hơn các đối thủ cạnh tranh ở mảng này. Nhiều cơ hội phát triển trong khâu sản xuất và giao hàng vẫn chưa được khai phá trong ngành giày dép.

- **Lời khuyên**

Nghiên cứu cải thiện về mặt thời gian trong chuỗi cung ứng của mình. Việc có thể giao hàng nhanh chóng sẽ nhanh chóng đem lại cho bạn thêm nhiều đơn hàng.

- **Hình thành và thể hiện lợi điểm bán hàng độc nhất của bạn**

Bước tiếp theo trong việc nâng cao khả năng cạnh tranh của bạn là đảm bảo lợi điểm bán hàng độc nhất của bạn được xác định rõ và thể hiện hiệu quả cho tất cả khách hàng tiềm năng, những người có thể sẽ quan tâm. Thông thường, việc này có nghĩa tiếp cận khách hàng một cách quyết đoán hơn cách bạn vẫn quen làm. Trong cuộc chiến này, bất kỳ cách thức và phương tiện nào bạn có thể làm cũng đáng để thử. Người mua hàng nhận được cuộc gọi mỗi ngày từ nhà sản xuất nói rằng sản phẩm của họ là tốt nhất hoặc rẻ nhất trên thị trường. Do những cuộc gọi kiểu như thế này, sẽ ngày càng khó để có mối liên hệ trực tiếp và lập tức với khách hàng ở châu Âu. Bạn cần phải thông minh và kiên trì. Chỉ những nhà cung cấp tiếp cận được thị trường của họ với nỗ lực và sự khẩn trương mới có thể tạo ra cơ hội trong điều kiện đầy áp lực ngày nay.

- **Lời khuyên**

- + Thách thức có thể mở được cánh cửa của người mua hàng, điều này yêu cầu bạn phải có chiến lược lâu dài và sự đầu tư bao gồm nhiều yếu tố như: sử dụng các chuyên gia thị trường, trưng bày tại các triển lãm thương mại, tham gia vào các sự kiện và các hoạt động xúc tiến khác.
- + Cần nhớ rằng có rất nhiều đơn hàng đầu tiên đến là kết quả của các tình huống khẩn cấp: một khách hàng có một vấn đề bất chợt và cần một giải pháp – họ nhớ tới một nhà cung cấp đã chủ động tiếp cận đề nghị kinh doanh với họ. Việc cung cấp một giải pháp hấp dẫn trong tình huống này cũng giống như mở ra một cánh cửa. Để thực hiện việc này thành công, bạn cần phải linh hoạt và suy nghĩ vượt ra khỏi mọi khuôn khổ.
- + Khi bạn bắt đầu tiếp cận các hướng, hãy bắt đầu trong mạng lưới của bạn. Mạng xã hội, như LinkedIn thường mang lại cách tốt để thiết lập mối quan hệ ban đầu.
- + Hãy nhớ rằng cách tốt nhất để quảng bá là truyền miệng – vì thế hãy đảm bảo rằng khách hàng hiện tại của bạn luôn luôn hài lòng về bạn.

Quốc gia nào cạnh tranh nhất?

Về mặt giá cả, rất ít hoặc không có quốc gia nào trên thế giới có thể cạnh tranh được với các nước phát triển trong việc cung cấp giày dép sang thị trường châu Âu. Tuy nhiên, khoảng cách từ hầu hết các nước đang phát triển tới thị trường này có thể là một lý do để các khách hàng Châu Âu mong muốn tìm kiếm giải pháp thay thế. Đây là lý do tại sao những nước như Bồ Đào Nha vẫn là nhà cung cấp phổ biến cho khách hàng Châu Âu: giá của họ cao hơn các nước đang phát triển, nhưng thời gian giao hàng của họ ngắn hơn nhiều. Những nhà cung cấp này thường được khách hàng gọi tới khi họ muốn đáp ứng lại những xu hướng bất chợt hoặc trong tình trạng thiếu hàng.

Các nước đang phát triển cung cấp hàng đầu về giày dép cho Châu Âu hầu hết tập trung ở Châu Á: Myanmar, Bangladesh, Việt Nam và trong phạm vi nào đó, cả Pakistan và Campuchia. Như chúng ta đã thấy, những nước này có xu hướng kém xa Trung Quốc về chất lượng và mức độ dịch vụ, nhưng mức giá, đặc biệt nhờ có các hiệp định thương mại tự do, có lợi thế hơn nhiều.

Trung Quốc vẫn có vị trí vững chắc trong ngành giày thể thao và giày dép hướng thể thao. Tuy nhiên, cạnh tranh với Trung Quốc khá thách thức vì Trung Quốc có năng suất cao và độ linh hoạt tối đa. Việt Nam đang dần trở thành nhà cung cấp lớn các sản phẩm giày da và giày cao su. Trong dài hạn, các nước có chi phí sản xuất thấp hơn như Ucraina và Bắc Triều Tiên có thể là mối đe dọa cho các nước đang phát triển khác, nếu họ đảm bảo được sự ổn định về chính trị.

- **Lời khuyên**

Là một nhà xuất khẩu Việt Nam, thế mạnh đầu tiên của bạn trong cạnh tranh với Trung Quốc, và cả Bồ Đào Nha là cạnh tranh về giá. Nếu bạn có thêm những điểm mạnh đặc biệt khác, lợi thế cạnh tranh của bạn sẽ tăng lên đáng kể.