

Tìm người mua trên thị trường trà châu Âu

Thị trường trà của châu Âu thay đổi theo quốc gia, giúp nghiên cứu, khám phá và thu thập kiến thức theo cách tốt nhất để tìm kiếm người mua. Nghiên cứu trực tuyến, ghé thăm các hội chợ thương mại và ghé thăm các cửa hàng tại các thị trường mục tiêu của bạn. Nghiên cứu sự khác biệt ở mỗi quốc gia và cho mỗi người mua và sử dụng các mẹo sau đây để giúp bạn đưa doanh nghiệp của mình theo một lợi thế cạnh tranh.

Khám phá thị trường mục tiêu của bạn

Bạn có biết rằng các thị trường trà ở châu Âu khác nhau theo quốc gia? Sự khác biệt liên quan đến một số yếu tố, chẳng hạn như mô hình tiêu dùng truyền thống, mức độ thương mại, sở thích đối với các giống trà cụ thể, hồ sơ người mua và yêu cầu của người mua. Bạn sẽ cần phải hiểu những khác biệt này nếu bạn muốn thành công ở thị trường châu Âu.

Khám phá Châu Âu. Phân tích nhu cầu của mỗi quốc gia và xác định các kênh mà qua đó loại trà cụ thể của bạn xâm nhập vào thị trường châu Âu.

Tìm hiểu cách định vị sản phẩm của bạn: trà đen CTC (Crush-Tear-Curl) hoặc trà chính thống (đặc sản), trà xanh, trà túi. Lưu ý rằng các nhãn hiệu trà phổ biến chủ yếu quan tâm đến các loại túi trà. Điểm bán hàng độc đáo (USPs) của trà bạn là gì? Sau đó, tìm hiểu xem những người mua chính là ai và yêu cầu của họ là gì.

- **Khuyến nghị:**

- + Phân tích thông tin thị trường bằng cách sử dụng nghiên cứu thông kê thương mại trà (<https://www.cbi.eu/market-information/tea/trade-statistics/>).
- + Nghiên cứu mỗi quốc gia bằng cách sử dụng bảng thông tin

(<https://www.cbi.eu/market-information/tea/>) về trà ở Hà Lan (<https://www.cbi.eu/market-information/tea/netherlands/>) chẳng hạn như trà ở Anh (<https://www.cbi.eu/market-information/tea/united-kingdom/>) và trà tại Cộng hòa Séc (<https://www.cbi.eu/market-information/tea/czech-republic/>).

- + Tham quan các siêu thị và cửa hàng trong thị trường mục tiêu của bạn và xem tổng quan về các nhãn hiệu trà và các nhà đóng gói trà.
- + Biên soạn số liệu thống kê thương mại của riêng bạn trên Trade Map ITC (<https://www.trademap.org/>) và/hoặc Export Helpdesk của EU (http://exporthelp.europa.eu/thdapp/display.htm?page=form%2fform_MyExport.html&docType=main&languageId=en).

Truy cập trang web của liên đoàn trà và hiệp hội trà

Các hiệp hội ngành và liên đoàn trà có một nguồn thông tin lớn về người mua. Đây thường là các tổ chức quốc gia đại diện cho các doanh nghiệp ở quốc gia của họ. Truy cập trang web của họ và tìm kiếm danh sách thành viên của họ. Các địa chỉ này thường bao gồm địa chỉ trang web và chi tiết liên hệ cho người mua.

Các hiệp hội ngành quốc gia và quốc tế cũng công bố thông tin thị trường có thể hữu ích cho nghiên cứu của bạn. Ví dụ, Ủy ban Trà Quốc tế (ITC) cung cấp thông tin thống kê cho ngành trà quốc tế về sản xuất và tiêu thụ trên toàn thế giới.

Dưới đây là một vài ví dụ về các hiệp hội ngành quốc gia và quốc tế:

- + Ủy ban Trà Quốc tế (<https://inttea.com/>): danh sách thành viên
- + Tổ chức Trà Châu Âu (<http://www.thie-online.eu/about-thie/member-associations/>): danh sách các tổ chức thành viên
- + Hiệp hội Trà Anh (<http://www.tea.co.uk/tea-list/blenders-and-packers/>): danh sách

thành viên

- + German Tea Association (http://www.teeverband.de/ueber_uns/mitglieder.php): danh sách thành viên
- + Hiệp hội Cà phê và Trà Hà Lan (http://www.teeverband.de/ueber_uns/mitglieder.php): danh sách thành viên (cũng là công ty cà phê)
- + Hiệp hội thương mại Trà Ailen (<http://www.irishteatrade.ie/>)

Nghiên cứu các danh bạ trực tuyến

Có những tổ chức khác xuất bản danh sách trực tuyến các công ty tham gia vào ngành công nghiệp trà châu Âu. Dưới đây là một số nguồn hữu ích giúp bạn tìm người mua trà châu Âu:

- + Danh bạ UKERS (www.teaandcoffee.net/ukers) (được xuất bản bởi Tea & Coffee Trade Journal www.teaandcoffee.net)
- + Danh sách thành viên Ethical Tea Partnership (www.ethicalteapartnership.org/for-business/current-members/)
- + Danh sách công ty được chứng nhận UTZ (<https://www.utz.org/wp-content/uploads/2016/01/UTZ-Registered-Tea-Supply-Chain-Actors.pdf>)
- + Danh bạ Vicony (<http://www.viconyteas.com/directory/index.html>)

Tham gia hội chợ thương mại

Tham gia hội chợ thương mại là một cách tốt để gặp gỡ người mua tiềm năng và thu thập thông tin thị trường. Đây cũng là cách tốt để gia tăng quảng cáo công ty và sản phẩm của bạn, cũng như làm quen với sự cạnh tranh.

Đó là một ý tưởng tốt để tham dự hội chợ thương mại như là khách tham quan đầu tiên. Bạn nên tìm hiểu xem hội chợ thương mại có liên quan với công ty của bạn hay không trước khi bạn đăng ký tham dự.

Đây sẽ là một cách tiếp cận tốt:

- + Nghiên cứu danh mục hội chợ thương mại trực tuyến để nhận biết người mua tiềm năng (ví dụ: nhà nhập khẩu trà).
- + Ghé thăm gian hàng triển lãm của họ.
- + Giới thiệu công ty của bạn và thiết lập liên hệ ban đầu với các đối tác kinh doanh tiềm năng.

Đầu mối nổi bật:

- + COTECA (<https://www.coteca-hamburg.com/en/>) - Hội chợ thương mại quốc tế về cà phê, trà và ca cao tại Hamburg, Đức, được tổ chức hai năm một lần.
- + Tea & Coffee World Cup (<https://www.tcworldcup.com/>) - Hội chợ thương mại trà và cà phê quốc tế, được tổ chức hàng năm tại các thành phố khác nhau trên toàn thế giới.
- + Anuga (<http://www.anuga.com/>) - Hội chợ thực phẩm hàng đầu thế giới về thương mại bán lẻ và thị trường dịch vụ ăn uống. Đây có thể là một hội chợ thương mại hữu ích để khám phá các xu hướng mới và tìm hiểu về thị trường tiêu thụ trà châu Âu. Được tổ chức sáu tháng một lần tại Cologne, Đức.
- + SIAL (<https://www.sialparis.com/>) - Là một trong những triển lãm thực phẩm lớn nhất thế giới, bao gồm một số thành phần thực phẩm và sản phẩm cuối cùng, bao gồm cả các nhà đóng gói trà. SIAL được tổ chức hai năm một lần tại Paris, Pháp.
- + Global Dubai Tea Forum - Dubai (<https://www.globaldubaiteaforum.ae/>), trung tâm cho giá trị gia tăng và là một trong những nhà xuất khẩu trà lớn nhất; Diễn đàn là một

cơ hội tốt để kết nối giữa người bán và người mua.

- + BIOFACH (<https://www.biofach.de/en>) - Triển lãm quốc tế quan trọng nhất về thực phẩm hữu cơ và các sản phẩm thương mại công bằng, được tổ chức vào tháng 2 hàng năm ở Nuremberg, Đức. Đây là một hội chợ thương mại quan trọng để thăm quan hoặc trưng bày cho các công ty bán trà hữu cơ.

- **Khuyến nghị:**

Nghiên cứu danh mục hội chợ thương mại trực tuyến là một cách tốt để nhận biết người mua tiềm năng. Xem ví dụ danh sách các nhà triển lãm Biofach (<https://www.biofach.de/en/ausstellerprodukte/edb3searchnew?search=tea&x=27&y=24>).

Liên hệ với các tổ chức xúc tiến thương mại và Hiệp hội Trà của nước bạn

Nhiều nước châu Âu có các tổ chức chính phủ thúc đẩy nhập khẩu từ các nước đang phát triển. Họ giúp các doanh nghiệp nhỏ và vừa SMEs ở các quốc gia đối tác được lựa chọn và các ngành nhằm xuất khẩu sản phẩm sang châu Âu.

Kiểm tra tổ chức xúc tiến thương mại nào nhắm đến quốc gia và sản phẩm của bạn. Các tổ chức này cũng điều hành các chương trình đào tạo và dịch vụ matchmaking mà bạn có thể đăng ký. Các tổ chức chính:

- + Hà Lan, liên hệ với CBI - Trung tâm Xúc tiến Nhập khẩu của Hà Lan từ các nước đang phát triển (<https://www.cbi.eu/>).
- + Đức, liên hệ với IPD - Tổ chức Xúc tiến Nhập khẩu của Đức (<https://www.ixpos.de/IXPOS18/Navigation/EN/home.html>).
- + Thụy Sĩ, liên hệ với SIPPO - Chương trình xúc tiến nhập khẩu của Thụy Sĩ (<https://www.s-ge.com/en/non-sbh>).

- + Bỉ, liên hệ với BTC - Cơ quan Phát triển Bỉ (<https://www.enabel.be/>).
- + Phần Lan, liên hệ với Finnpartnership - Tổ chức xúc tiến nhập khẩu của Phần Lan (<http://www.finnpartnership.fi/www/en/index.php>).

Bạn cũng có thể cân nhắc việc liên hệ với các đại sứ quán (hoặc tùy viên thương mại) của quốc gia bạn ở Châu Âu hoặc Phòng Thương mại Châu Âu tại nước bạn. Hiệp hội trà tại quốc gia của bạn cũng là một nguồn thông tin rất quan trọng.

Tận dụng các đoàn mua hàng, các chương trình matchmaking và các đoàn thương mại

Tham gia vào các đoàn mua hàng, các chương trình matchmaking và các đoàn thương mại là một cách hay để tìm hiểu thị trường mới và phát triển mối liên hệ với các nhà nhập khẩu tiềm năng. Nhiều quốc gia có các tổ chức xúc tiến thương mại tổ chức các chuyến thăm thương mại để thúc đẩy ngành xuất khẩu của họ. Tham gia các chuyến thăm này là một cách hiệu quả để mở rộng mối quan hệ và mạng lưới bán hàng của bạn.

Hãy tìm hiểu xem trà của bạn có phải là một trong những lĩnh vực mà đoàn thương mại nước ngoài hay sự kiện matchmaking tập trung vào hay không (chẳng hạn như trà đen CTC hoặc trà chính thống, trà đặc sản, trà xanh, trà túi). Nếu không, hãy tìm một chương trình khác để tham gia. Nếu được lựa chọn một cách khôn ngoan, các chương trình này là một sự đầu tư tốt cho công ty của bạn.

• Khuyến nghị:

Tìm các tổ chức xúc tiến thương mại ở châu Âu (xem bên trên) hoặc tìm kiếm các chương trình xúc tiến xuất khẩu do các tổ chức chính phủ tại quốc gia của bạn khởi xướng

1. Sử dụng các trang web thương mại trực tuyến

Ngành trà bị hạn chế về những địa điểm thị trường online. Tuy nhiên, có những địa điểm và cơ sở dữ liệu thị trường online như Foods Trade (https://www.foodstrade.com/cat-127-tea_products.html), The Food World (<http://www.thefoodworld.com/>), Organic-Bio (www.organic-bio.com/en/directory/) và Tradekey (https://www.tradekey.com/index.html?action=signup_newstep2) mà bạn có thể sử dụng để tìm kiếm người mua trà trên mỗi quốc gia.

Người mua trà châu Âu thực sự thích liên lạc trực tiếp với các nhà cung cấp. Điều này mang lại cho họ nhiều phạm vi hơn để đánh giá những gì bạn cung cấp cho họ. Nói về điều này, các trang web giao dịch trực tuyến cung cấp cho bạn quyền thâm nhập vào một số phân khúc thị trường truyền thống ít hơn và là nơi bạn có thể quảng cáo các sản phẩm cụ thể của riêng mình như trà Oolong chất lượng cao hoặc trà Matcha. Đây là một lựa chọn tốt nếu bạn không có ngân sách lớn để chi tiêu cho tiếp thị.

Bạn có thể đăng ký và xuất bản chi tiết về sản phẩm của công ty bạn (thường là miễn phí). Tuy nhiên, điều quan trọng là thông qua các trang web này bạn có thể nhận được những phản hồi phê bình. Một số những phản hồi này có thể thực sự có giá trị đối với doanh nghiệp của bạn, trong khi một số khác có thể ít quan tâm hơn hoặc thậm chí không đáng tin cậy.

- **Khuyến nghị:**

- + Viếng thăm Foods Trade (https://www.foodstrade.com/cat-127-tea_products.html): một thị trường kinh doanh B2B cho ngành công nghiệp thực phẩm. Nó cung cấp một dịch vụ hồ sơ công ty và các tài khoản thành viên cho các đối tác kinh doanh và xúc tiến thương mại cho các công ty. Người đăng ký cũng có thể tạo các gói quảng cáo tùy chỉnh.
- + Hãy đi tới The Food World (<http://www.thefoodworld.com/>). Nó là một cơ sở dữ liệu hữu ích của các công ty hoạt động trong các loại thực phẩm cụ thể.

- + Một cơ sở dữ liệu online tốt là Organic-Bio (<https://www.organic-bio.com/en/directory/tea/>): biên soạn danh sách các công ty chính trên toàn thế giới liên quan tới các sản phẩm hữu cơ (và thường được chứng nhận Fairtrade). Bạn có thể chọn lọc tìm kiếm ở cấp sản phẩm, chọn lọc theo “công ty trà”. Các nhà sản xuất/xuất khẩu và người mua có thể tìm thấy trong cơ sở dữ liệu này.
- + Tận dụng LinkedIn Group Tea importers and exporters (<https://www.linkedin.com/m/login/>) để trao đổi thông tin và thắc mắc.

Gửi mail trực tiếp để giới thiệu công ty của bạn với khách hàng tiềm năng mới

Viết email trực tiếp cho người mua tiềm năng là một công cụ tốt để liên lạc. Điều chỉnh thông điệp của bạn theo yêu cầu riêng và các hoạt động có triển vọng. Hãy chắc chắn bao gồm các mục sau và theo dõi nó, ví dụ: bằng cách gọi điện thoại:

- + Bạn là ai?
- + Tại sao bạn liên hệ với người mua?
- + Bạn đang bán gì? Thông số kỹ thuật của sản phẩm?
- + Làm thế nào để bạn quản lý chất lượng cụ thể liên quan đến mức dư lượng tối đa (MRL) và bạn có những chứng minh nào để chứng minh là bạn tuân thủ luật pháp của Liên minh Châu Âu?
- + Bạn cung cấp số lượng như thế nào?
- + Bạn sẽ cung cấp bằng cách nào?
- + Ở đâu và khi nào bạn có thể cung cấp?
- + Tại sao họ nên mua từ bạn? Tức là, bao gồm lợi điểm bán hàng duy nhất của bạn (USPs).

- **Khuyến nghị:**

Theo dõi bất kỳ email nào cùng với cuộc gọi điện thoại. Đừng hy vọng họ sẽ tự trả lời.

Hiểu được người mua tiềm năng của bạn

Điều quan trọng là bạn hiểu được người mua tiềm năng của mình. Bạn sẽ làm việc chính xác với ai? Người mua tiềm năng của bạn hoạt động ở những phân khúc nào? Yêu cầu của họ là gì?

Truy cập trang web của người mua tiềm năng của bạn. Có được càng nhiều thông tin càng tốt, và tìm hiểu xem họ có hoạt động trong các thị trường chính hay phân khúc thích hợp hay không (chẳng hạn như thương mại chuyên ngành, thương mại organic và thương mại công bằng).

Sử dụng tin tức của ngành và báo chí thương mại để giúp bạn hiểu thị trường và quy trình ra quyết định của người mua tiềm năng của bạn. Dưới đây là danh sách các tạp chí và công thông tin tập trung vào trà và cung cấp tất cả các loại thông tin thị trường và các mục tin tức về lĩnh vực trà:

- + Tạp chí Thương mại Trà và Cà phê - Tea and Coffee Trade Journal (<https://www.teaandcoffee.net/>)
- + Tin tức về trà thế giới - World Tea News (<https://worldteanews.com/>)
- + STIR (<https://stir-tea-coffee.com/>)
- + Tạp chí Fresh Cup - Fresh Cup Magazine (cũng xuất bản Tea Almanac) - <https://www.freshcup.com/>
- + The Daily Tea - <https://thedailytea.com/>
- + World of Tea - <https://specialtyteaalliance.org/world-of-tea/>

- + Organic & Wellness News (<https://www.organicwellnessnews.com/en/>): tạp chí online này xuất bản thông tin về thị trường hữu cơ, cũng như các mục tin tức về các chủ đề rộng hơn như tính bền vững (ví dụ, thương mại công bằng), cải tiến về sức khỏe và sản phẩm.

Một khi bạn hiểu được người mua của bạn và cách tốt nhất để tiếp cận họ, tốt nhất là bạn thiết lập mối quan hệ kinh doanh lâu dài.

- **Khuyến nghị:**

- + Sử dụng tất cả các ấn phẩm báo chí thương mại để tìm ra ai là đối thủ cạnh tranh và người mua tiềm năng nào có thể được nhận biết. Nó cũng là một công cụ quảng cáo tốt.
- + Đọc các ấn phẩm thương mại để giúp bạn cập nhật tin tức thị trường.