

## עושים לך שוק

חברות סחר (Trading Companies) - לדעת לייצר שוק.<sup>1</sup>

יצואנים רבים מתלבטים בשאלה כיצד ואיך לפתח שווקים חדשים עבור מוצריהם. אחד האפיקים היעילים והממוקדים הוא השימוש בשרותיהן של חברות סחר. תחת ההגדרה - חברות סחר - כלולים מספר סוגים של חברות הפעילות בשווקים הבינלאומיים והתמחותן ברכש ובשיווק. בד"כ הן אינן פונות לייצור ויתרון היחסי הוא בהיכרות ובנגישות לשוק. השימוש בחברות סחר נפוץ מאוד ביפן שם נעשית הבחנה ברורה בין חברות המתמחות בייצור לאלו המתמחות בסחר ובשיווק. חברות סחר אינן יודעות לייצר מוצרים, הן יודעות לייצר שוק. מיומנותן מתמקדת באיתור ובחזירה לשווקים חדשים והן תסייענה ליצואן הקטן והמתחיל ולמנהל השיווק בתאגיד גדול ומנוסה בניצול יעיל יותר של משאבי השיווק. ישנן חברות סחר בעלות התמחות ענפית כמו למשל התמחות בחטיפי מזון, מוצרים לתעשיית האופטיקה וכו' וישנם חברות סחר בעלות התמחות גיאוגרפית. ראוי להזכיר גם את משרדי קניות של גופים בינלאומיים גדולים שהתמחותם בביצוע רכש עבור גוף מסוים. ההתקשרות עם חברת סחר היא מיקור חוץ out sourcing של תהליך השיווק או חלקים ממנו. מטבע הדברים יש להתקשרות מעין זו יתרונות וחסרונות ועל כל יצואן, או יצואן פוטנציאלי, לבחון את ההתאמה של חברת הסחר לצרכיו ולצורכי לקוחותיו. להלן רשימת פרמטרים חשובים לבחינה בעת התקשרות עם חברת סחר:

### מדוע כדאי לעבוד עם חברת סחר

- הן כבר שם. הן מכירות את השוק, יש להן נציגים וקשרים בשווקי היעד. הן מכירות את המנטליות וכו'. הקשרים שלהן יחסכו לך זמן וכסף.
- הן מכירות אותך, היצואן הישראלי. נציגיהן מדברים עברית. קל יהיה לתקשר איתן.
- לעיתים, השיווק באמצעותן יעיל וזול יותר. כך למשל, חברת סחר המתמחה במזון תוכל לייצג מספר יצואנים בביתן שלה בתערוכת מזון חשובה בניו יורק ובכך לחסוך ללקוחותיה עלויות.
- הן מכירות את הבירוקרטיה כאן בישראל ובשווקי היעד ועשויות לחסוך הרבה זמן, כסף ועגמת נפש.
- ניתן ללמוד מאופן פעילותן ומניסיונן של חברות הסחר וליישמו אח"כ במהלכי השיווק שלך במקומות אחרים.

<sup>1</sup> הכותב שפריר גודל, מפתח עסקי ומלווה שיווקי. פורסם ב"ליצואן" נובמבר 2002  
טלפון: 08-6901690, פקס 072-2740340  
הגורן 6, ת.ד. 4285, עומר 84965  
[WWW.SHAFRIRGODEL.BIZ](http://WWW.SHAFRIRGODEL.BIZ)

מדוע לא כדאי לעבוד עם חברת סחר

- הן לא מכירות את המוצר שלך כמוך ומכאן שיכולתן ליצג אותך עלולה להיות נמוכה יותר.
- המוצר שלך אינו הבייבי שלה ולפעמים הוא נדחק למעמד של second best.
- היא מוכרת מעט מדי או יותר מדי בהשוואה למה שאתה מייצר או מסוגל ליצר.
- הן מהוות חוצץ בינך לבין הלקוח הסופי, מסננות את המידע שמגיע אליך מהשוק ומהווה מרכיב חשוב בפיתוח מוצרים חדשים.
- ההתקשרות בנכם איננה אין-סופית ואתה עלול למצוא את עצמך ללא קישוריות לשוק חשוב בו אתה פועל כשהקשר בנכם ינותק.

חשוב לזכור! כאשר חברת סחר מפתחת עבורך שוק היא אינה מצפה לרווח מהיר וקל, למרות יתרונותיה היחסיים. כדי לעלות על דרך המלך עם חברת הסחר שלך, עליך להיות מוכן להתקשר לאורך זמן. יהיה עליך להיות שותף לתהליך פיתוח השוק, בעיקר מההיבט המקצועי ולעזור לחברת הסחר להצליח. יהיה עליך לוודא כי לחברת הסחר עמה אתה עומד להתקשר, יש אכן יתרונות באזור הגיאוגרפי או בתחום המקצועי שלך, ושיתרונות החברה עבורך עולים על חסרונותיה. כדי למנוע אי נעימות תאמו ציפיות מראש, בדוק שיתרונות החברה עבורך עולים על חסרונותיה. רצוי להגדיר תקופת ניסיון או פיילוט מוגבל בהיקפו אשר במידה ויצליחו יהוו את הבסיס להמשך ההתקשרות. התקשרות עם חברת סחר יכולה להוות קפיצת מדרגה עבור יצואנים קטנים או פתרון יעיל וגמיש עבור יצואנים וותיקים. איתור חברה מתאימה, תכנון נכון של ההתקשרות ותאום ציפיות מוקדם מגדילים את הסיכוי למהלך עסקי לתועלתם ההדדית של שני הצדדים.