



EXPORTIEREN MIT SYSTEM

Der Aufbau und die Pflege von internationalen Geschäftskontakten gleicht oftmals einer Lotterie. Anfragen bei den Unternehmen oder ein zufälliger Messekontakt sind häufig der Auslöser für ein (erstes) Engagement auf Auslandsmärkten. Planungen und Instrumente, die für den Inlandsmarkt selbstverständlich sind, finden im Auslandsgeschäft weit weniger Anwendung.

Doch gerade die Komplexität des Exports erfordert ein systematisches Vorgehen bei der Erschließung von Auslandsmärkten. Fragen nach der eigenen Position, Strategie, Länderinformationen, Vertriebswegen, Vertriebspartnern stellen sich jedem Exporteur und können deshalb vorausschauend angegangen werden.

Folgende Themenbereiche werden erarbeitet:

Grundlagen internationaler Geschäfte

Interne und externe Voraussetzungen

- Innerbetriebliche Voraussetzungen: Produktion, Personal, Organisation
- Externe Voraussetzungen: Markt, Produkt, Wettbewerb
- Motivation für ein Auslandsengagement

Strategische Zielsetzung

- Zielsetzungen formulieren: qualitativ und quantitativ
- Strategie festlegen: Zielgruppe, Produkt, Preis, Distribution, Kommunikation

Markteintritt

- Marktanalyse
- Länderauswahl
- Vertriebspartnersuche

Internationale Vertrieboptimierung

- Aufbau von Länderportfolios
- Expansionsstrategien
- Zusammenarbeit mit Vertriebspartnern, Bewertung und Einflussnahme

Seminarziel	Den Seminarteilnehmern wird das Instrumentarium vermittelt, um Auslandsmärkte strukturiert aufzubauen.
Zielgruppe	Geschäftsführer, Vertriebs- und Exportleiter und verantwortliche Sachbearbeiter.
Dauer	Ca. 8 Stunden
Referent	Dipl.-Kfm. Matthias Brems ist Inhaber der ‚Fachberatung für den Aussenhandel‘ in Grevenbroich. Herr Brems verfügt über Praxiserfahrung als Exportleiter und hat mit Vertriebspartnern in mehr als 30 Ländern zusammengearbeitet.