

INDIJA

Priprave na maraton

Zakaj v Indijo danes?

Ker:

- je četrto največje gospodarstvo na svetu, merjeno po pariteti kupne moči;
- je ena izmed šestih držav, ki so v vesolje poslale lasten satelit;
- je ena izmed treh držav, ki so razvile in izdelujejo lasten superračunalnik;
- ima kar 100 od 500 najbogatejših svetovnih podjetij svoje raziskovalno-razvojne oddelke v Indiji.

Kako pravilno razumeti indijskega kupca?

V poplavi različnih - tudi neformalnih informacij - se naključni novinec na indijskem trgu težko znajde. Javno dostopnih aktualnih, obširnih splošnih informacij o trendih razvoja indijskega gospodarstva je v izobilju, zato je najprej potrebna skrbna izbira verodostojnega vira. Informacije svetovno znanih svetovalnih podjetij so običajno pisane na kožo velikim



Kljub hitremu razvoju je tradicija v Indiji še vedno močno prisotna.

multinacionalkam, indijska gradiva, ki sicer na široko obdelajo obravnavano področje, pa vam z obsežnostjo 200 in več strani dokumentov ubijejo voljo do prebiranja, analiziranja, kaj šele implementiranja vsebine v aktivnosti vašega podjetja.

Dober vpogled v dnevno gospodarsko dinamiko nudi prelet novic indijskih gospodarskih časopisov, kot so The Economic Times, Business Standard. V časopisih dobimo občutek pomembnosti dogajanja, vzorcev obnašanja potrošnikov, izrazov pohval, nagrad za gospodarske dosežke, vpogled v poslovno kulturo in aktualne javne razpise. Pravo izkušnjo o dnevnem dogajanju in načinu sklepanja poslov pridobimo s poslovnim, ali pa deloma tudi že s turističnim obiskom v državi. Kaj hitro nam namreč postane jasno, ali nam tamkajšnji način življenja in okolje toliko ustrežata, da smo se tja kot prodajalci (večkrat na leto) še pripravljene vrniti.

Za navezovanje prvih poslovnih stikov je koristno da, sprva kot obiskovalec, kasneje lahko tudi kot razstavljaev, obiščemo izbran, specializiran, mednarodno uveljavljen sejem.



Barvitost Indije se kaže tudi na samih prevoznih sredstvih, ki so umetelno ročno poslikana do zadnjega možnega detajla.

Tam lahko navežemo stike s potencialnimi kupci in se z lastno izkušnjo naučimo ustreznih metod vzpostavljanja in krepitev neposrednih poslovnih stikov. Na ta način poskusimo pridobiti informacijo in razumeti vzroke ter kriterije nakupa proizvodov/storitev, ki so tudi v naši ponudbi. Običajno se preko operativnih stikov postopoma naveže stike z odločevalci, vodilnimi v podjetju. V pomoč pri navezovanju poslovnih stikov so vam lahko ustrezne gospodarske zbornice in panožna združenja, veleposlaništva itd. Pri tem velja še posebej omeniti izjemno pripravljenost za sodelovanje in dovezetnost aktualnega **indijskega veleposlanika Jayakarja Jeroma** za pomoč odločnim slovenskim podjetjem pri navezavi kontaktov v Indiji - na visoki ravni.

Indijci so pri nakupih ekonomsko racionalni. Cena je zelo pomembna na prvi pogled, vendar jo je, četudi je na prvi pogled višja od konkurence, potrebno predstaviti v pravem merilu ali enostavneje, kakšno vrednost proizvoda dobiš za določeno ceno. Zgovoren primer je lahko oglaševanje, prikazano na sliki.



Kako oglaševati prodajo tiskalnika? Kot prodajo storitve tiskanja, ovrednoteno na enoto tiskanega lista.

Aktivnosti za uspešen prodor na obravnavani trg je potrebno skrbno načrtovati. Pri tem je smotrno uporabiti uveljavljene poznavalce indijskega trga, kamor vsekakor sodijo tudi strokovnjaki na Gospodarski zbornici Slovenije.

Da bi Indijo doživeli v pozitivnem smislu, pred obiskom ne gojite prevelikih pričakovanj. Prepustite se doživetjem. Ob načrtovanju poslovnih srečanj je potrebno upoštevati več življenjskih dejstev, kot so razdalje, zgoščenost prometa, običajne zamude pri srečanjih, gostoljubnost gostiteljev, ter temu primerno predvideti le nekaj sestankov na dan. Slovensko dojetje časa pustite doma. Ustrežljivost in skrb za gosta 24 ur na dan se lahko stopnjuje do skrajnosti.

Ste vedeli?

- Serija bankovcev za 5 in 10 indijskih rupij je natisnjena na papirju slovenske papirnice Radeče Papir.
- Po napovedih strokovnjakov bo Indija postala največja država na svetu po številu prebivalcev in številu avtomobilov do leta 2025.

Kontakt:

Nataša Turk, mag. posl. ved

Center za konkurenčnost pri GZS

T.: 01/5898 152

E-pošta: natasa.turk@gzs.si

Nataša Turk je dolgoletna sodelavka na Gospodarski zbornici Slovenije, strokovnjakinja za področje Azije, ki je v tem letu izdala tudi publikacijo Indija – potrošniška Koromandija, Priročnik za poslovanje z indijskim trgom. Članom GZS svetuje pri vprašanjih glede poslovanja na omenjenih trgih, jim pripravi selekcionirane informacije ter nudi pomoč pri identificiranju nabora potencialnih kupcev v Indiji.