

RYNEK KOREAŃSKI

JAK WEJŚĆ DO KOREI?



SPS TAX & LAW



Polska Agencja
Inwestycji i Handlu
Grupa PFR

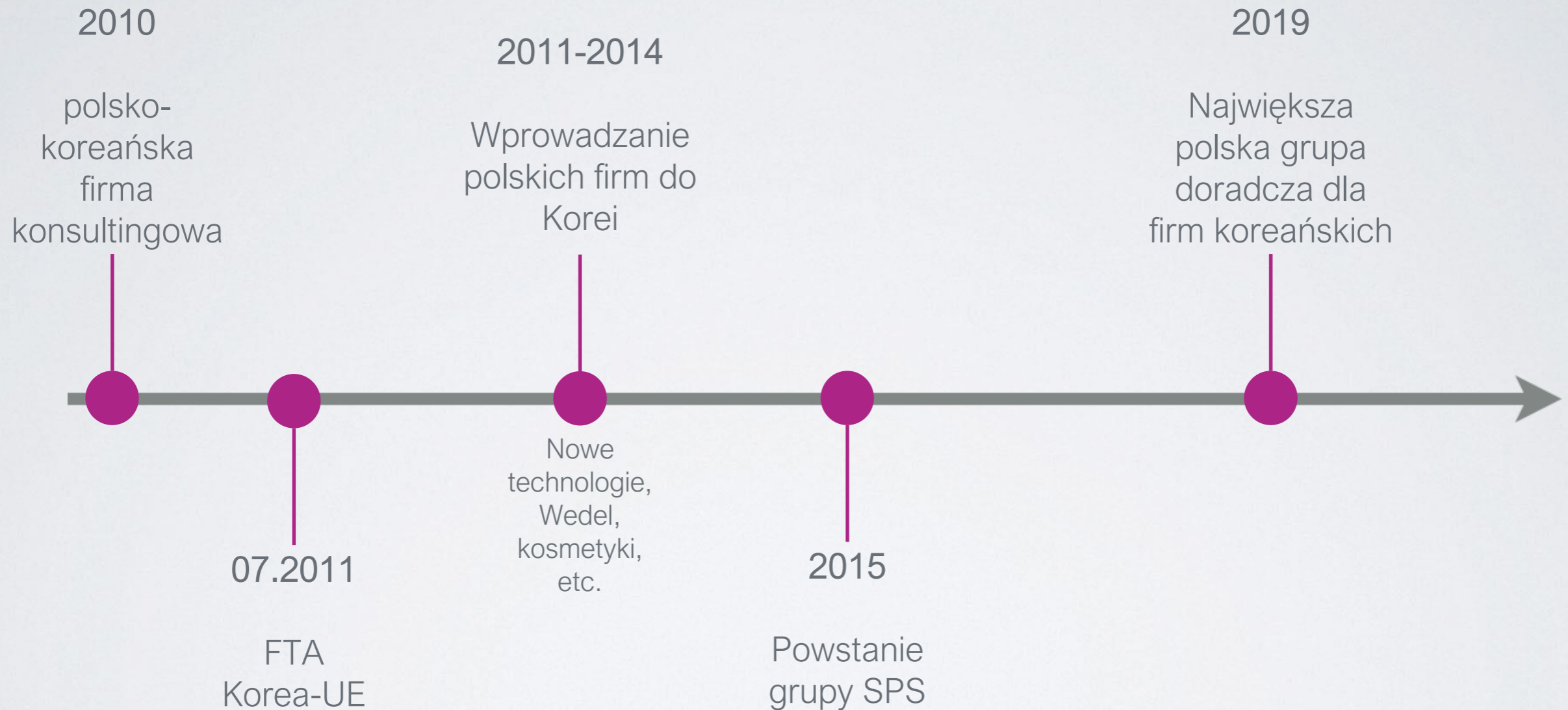
polskie mosty
technologiczne

AGENDA

- I. GRUPA SPS – KIM MY JESTEŚMY?
- II. ETAPY WEJŚCIA NA RYNEK KOREAŃSKI.
- III. PRZYGOTOWANIE PRODUKTU.
- IV. PIERWSZE KONTAKTY Z KONTRAHENTAMI.
- V. DYSTRYBUTOR – KLUCZ SUKCESU.
- VI. SPRZEDAŻ.
- VII. INWESTYCJA W KOREĘ.
- VIII. SYSTEMS INTEGRATORS & SPRZEDAŻ BEZPOŚREDNIA



I. GRUPA SPS – KIM MY JESTEŚMY?



II. ETAPY WEJŚCIA NA RYNEK KOREAŃSKI.



III. PRZYGOTOWANIE PRODUKTU.

Research, research, research...

goal 1 : „addressable market” w Korei

goal 2 : opracowanie KPI

goal 3 : plan działania

Praca nad produktem (B2C)

B2B



IV. PIERWSZE **KONTAKTY** Z KONTRAHENTAMI.

Omijać Pana Kim'a

Inwestycja w relacje międzyludzkie

Wsparcie na miejscu



V. DYSTRYBUTOR – KLUCZ SUKCESU.

I. Wielkość dystrybutora

II. Zasady współpracy

- ⊙ ustalić MOQ
- ⊙ sprawdzanie postępu współpracy
- ⊙ wyłączność
- ⊙ pierwsza umowa: < 1 rok



VI. SPRZEDAŻ.

- I. Być na miejscu;
- II. Strategic Alliance;
- III. Nie planuj - Dzwon;
- IV. Spotykaj się więcej - Pisz mniej;
- V. Focus na DLACZEGO sprzedajemy, nie na CO
- VI. Koreańczycy potrzebują nas - Nie my ich



VII. INWESTYCJA W KOREĘ.

Dwa główne czynniki sukcesu:

- ⦿ znalezienie dobrego partnera-eksperta na miejscu w Korei
- ⦿ dystrybutor



VIII. SYSTEMS INTEGRATORS & SPRZEDAŻ BEZPOŚREDNIA

- Produkt niekompletny to też potencjalnie świetny produkt
 - LG CNS
 - Samsung SDS
- Sprzedaż:
 - Inbound marketing - NIE
 - Sprzedaż bezpośrednia – TAK (targi, spotkania, telefony)



DZIĘKUJĘ



PAWEL SZKUDLAREK
Partner / Grupa SPS

Head of Korean Desk
+48.696.118.320
byeonhosa@spslaw.pl

