

Особенности работы с иностранными партнерами

Поиск иностранных партнеров (дилеров, дистрибьюторов и представителей) является одной из наиболее ответственных задач для отечественных экспортеров. От профессионализма последних во-многом будет зависеть успешность и результативность работы компании в конкретных регионах и странах.

Работа с зарубежными дилерами имеет большое количество особенностей и нюансов, которые необходимо знать и понимать российским компаниям.

Наиболее частая ошибка россиян при работе с дилерами — это **безоговорочное** предоставление эксклюзивных прав на конкретный регион.

Чем опасно? В случае, если дилер оказывается неспособным эффективно организовать продажи продукции российской компании в данном регионе (разводит руками - мол «Ваша продукция здесь не востребована»), экспортер оказывается связанным условиями эксклюзивного представительства и не может продавать продукцию в данный регион в обход дилера.

Это один из старых, проверенных приемов по нейтрализации усилий конкурентов по выходу на новые рынки. Особенно сильно от этого страдают промышленные компании из соседней Республики Беларусь, которые из лучших побуждений заключают с иностранными «партнерами» долгосрочные договоры о представительстве интересов в целых регионах: Европейском Союзе, Ближнем Востоке и т.д, а потом годами ждут обещанного потока заказов.

Но что делать, если все местные компании выдвигают требование эксклюзивности? Решений много — фиксировать в договоре минимальные объемы продаж, устанавливать испытательные сроки и т.д.

Следует также помнить о том, что хороший дилер или представитель, как правило, не будет бегать по зарубежным выставкам промышленного оборудования (в которых отечественные экспортеры иногда принимают участие) с неприкрытой лезть в адрес россиян и предложением продвигать их продукцию в конкретной стране или регионе. Лучшими дилерами и представителями становятся компании, которых экспортеры находят самостоятельно после целенаправленного поиска.

Существует несколько способов заинтересовать в сотрудничестве местную компанию, располагающую налаженными связями и отработанными каналами продаж в регионе (именно такие компании и представляют интерес для наших экспортеров) :

1. Предоставить дилеру возможность расширения номенклатуры предлагаемой им продукции.

Это актуально в первую очередь для компаний, активно работающих с оборудованием из близких или смежных отраслей.

2. Заинтересовать местного дилера, представляющего интересы компаний-конкурентов в регионе.

Особенно эффективен этот вариант в случае наличия разногласий и проблем в деловых взаимоотношениях между конкурирующим производителем и его местным представителем.

Информация обо всем арсенале эффективных решений и практическом опыте других экспортеров доступна для [зарегистрированных](#) участников Единого информационного портала "Экспортеры России".