

Kurzbeschreibung

Norddeutscher Mittelständler mit über 40 jähriger Firmengeschichte will sich in den bestehenden Industriesegmenten neue Absatzmärkte außerhalb Europas aufbauen. Es wird ein Markteintritt in dem Zukunftsmarkt Indien angestrebt.

Kundenprofil

| | |
|---------------------------|---|
| Industrie | Sonderanlagenbau / Automatisierung |
| Anzahl Mitarbeiter | 30 |
| Jahresumsatz | 8 Mio. EUR |
| Spezialisierung | Glastechnologie, Photovoltaik, Roboterautomatisierung |

Geschäftssituation

Durch die Ankündigung des staatlichen Förderprogramms „Jawaharlal Nehru National Solar Mission“ werden die politischen Rahmenbedingungen der indischen Solarindustrie gelegt. Der Kunde, der in dem Photovoltaik Segment Automatisierungslösungen anbietet, möchte an diesem Marktwachstum partizipieren und seine Präsenz in Indien verstärken.

Der deutsche Anlagenbauer hatte im Vorfeld bereits eine Messe in Indien besucht, konnte die Kontakte allerdings nicht zu relevanten Geschäftsbeziehungen umwandeln.

Lösungssuche

Der Kunde kennt die Schwierigkeiten des Indiengeschäfts mit den kulturellen Unterschieden und Schwierigkeiten und entscheidet sich aufgrund mangelnder eigener Ressourcen einen externen Indienspezialisten in den Marktaufbau zu integrieren.

Daraus resultieren folgende Vorteile für das Unternehmen:

- intensive Marktbearbeitung durch einen ausgewiesenen Länderexperten
- Zugang zu lokalen Fachnetzwerken und Multiplikatoren
- Günstige und flexible Lösung, da keine Neuanstellung notwendig
- Beschleunigter Eintritt des Unternehmens in den Zielmarkt

Nach einem erfolgreichem Workshop, in dem das Indienthema firmenspezifisch aufgearbeitet wird, entscheidet sich der Kunde für die angebotenen Lösungen der Firma AW Solution GmbH (AWS).

Implementierungsphase

Die Zusammenarbeit gliedert sich in folgende Phasen:

Marktcheck

Nach Unterzeichnung eines NDAs erfolgt die Beantwortung einer Reihe von vertriebs- und produktspezifischen Fragen durch den Kunden. Auf Grundlage des daraus abgeleiteten Profils werden in Indien Gesprächen mit Branchenexperten und Partnern aus der indischen Industrie durchgeführt.

Aufgrund der positiven Bewertung des Potentials wurde eine Vereinbarung zur Marktentwicklung in Indien getroffen.

Workshop

Innerhalb eines zweitägigen Workshops im Stammhaus erfolgt zuerst die Vorstellung der Ergebnisse des Marktchecks.

Weiterhin werden das Produkt- und Serviceportfolio, die Vertriebsstruktur und die Erfahrungen im Zielland eingehend diskutiert und anhand eines detaillierten Fragenkatalogs tiefer erarbeitet und bewertet.

Die Ergebnisse des Workshops werden nachfolgend in einen Empfehlungsbericht zusammengefasst. Der Maßnahmenkatalog für die Marktentwicklung in Indien wird erstellt und besprochen.

Umsetzung

Aufgrund der hohen Vorsicht des Kunden bzgl. geistigen Eigentums im Bereich technologischer und wirtschaftlicher Alleinstellungsmerkmale wurde ein zweiphasiges Markteinstiegsmodell gewählt.

Phase eins

Start der Repräsentanz

In Phase eins übernahm AWS die Repräsentanz und Betreuung der potentiellen Kunden über die eigene Handelsplattform in Bangalore selbst. Parallel wurden erste Gespräche mit etablierten indischen Repräsentanzen und freien Handelsagenten im Markt geführt.

AWS engagierte einen anerkannten lokalen Branchenspezialisten, der den deutschen Maschinenbauer persönlich bei den wichtigsten potentiellen Kunden einführte und empfahl. Aufgrund der ständigen Präsenz von deutschen AWS Personal in Indien, wurden Kundenbesuche von AWS in deutsch / indischer Besetzung durchgeführt. Hierdurch konnte eine Bewertung der Kontakte und Besuche durch ein deutsches Auge bestätigt und „kulturell“ übersetzt werden.

Erster Messeauftritt in Indien mit Ziellandreise

AWS organisiert eine Ziellandreise mit einem Messeauftritt. Die Organisation und Koordinierung erfolgt durch indisches AWS Personal. AWS betreut zusammen mit dem deutschen Vertriebsleiter des Kunden den Messestand vor Ort, führt die Kundengespräche und dokumentiert sämtliche Kontakte für die spätere Auswertung.

Während der folgenden Ziellandreise werden Kunden in Mumbai, Hyderabad und Bangalore besucht. Es werden intensive Gespräche mit Kunden geführt, Fabriken und Fertigungslinien besucht und Geschäftsbeziehungen ausgebaut. Abschließend wurde ein indischer Branchenverband und das AWS Büro in Bangalore besucht.

Branchenwissen

Gleichzeitig verfolgte und dokumentierte AWS sämtliche relevanten politischen und wirtschaftlichen Entwicklungen des indischen Solarförderprogramms und stellte aktuelle Marktentwicklungen dem Kunden zur Verfügung. Basierend auf den oft unvorhersehbaren Problemen in Indien ist diese stetig laufende Marktklimaanalyse wichtig, um den Erfolg eines Markteinstieges zu bewerten. In regelmäßigen Abständen werden intern die Rahmenbedingungen des Marktes diskutiert.

Produktadaption

Über das Feedback aus intensiven Kundengesprächen in Indien wurde eine Liste mit Produktanpassungen erarbeitet. Um den umkämpften Markt zu betreten, wurde die angepasste Version eines manuellen Tabber / Stringers konzipiert. Diese Low-Cost Variante entspricht den Marktanforderungen und ist dazu angedacht, die ersten Referenzkunden zu gewinnen. Die Pilotanlage wurde vor dem Produktlauch mit indischen Verbrauchsmaterialien qualifiziert.

Es wurde in die Phase zwei übergeleitet.

Phase zwei

Aktivierung strategischer Partner

Nachdem das Produkt auf die lokalen Erfordernisse angepasst und der Markt sondiert und segmentiert ist, wurde ein langfristiger lokaler Partner gesucht, der das Produkt dauerhaft repräsentiert und den notwendigen After-Sales Service anbietet.

Bedingt durch die Marktbearbeitung und das AWS Netzwerk in Indien, waren zu dieser Zeit bereits indische Repräsentanzen identifiziert. Nach weiteren vertiefenden Gesprächen und Verhandlungen konnte ein kompetenter Repräsentant identifiziert und aufgebaut werden.

Dieser bearbeitet nun erfolgreich den indischen Markt und wird weiterhin durch die AWS Vertriebsspitze in Indien angetrieben.

Fazit

Der Auftraggeber ist höchst zufrieden mit dem Ergebnis der stetigen Marktentwicklung. Neben einer Vielzahl an qualifizierten Anfragen und einem hohen Bekanntheitsgrad innerhalb der Branche in Indien konnte der dt. Kunde bereits erste Referenzen setzen.

Als einer der wenigen Dienstleister kann AWS eigene repräsentative Aufgaben über die lokale Handelsplattform im indischen Markt wahrnehmen. Innerhalb einer geschützten ersten Phase können wichtige Erfahrungen und Kontakte durchgeführt werden.

In der zweiten Phase werden lokale Distributoren und Agenten eingeschaltet. Das Produkt hatte bei seinem Produktlaunch über den indischen Handelspartner bereits seine lokale Marktreife erreicht. Durch die Zusammenarbeit mit AWS, als pragmatischer Marktentwickler in Indien, konnten in allen Projektphasen einfache und praktische Lösungen gefunden werden.

Bedingt durch die vorgeschaltete Anpassung des Schlüsselproduktes auf den Markt konnte eine sehr gute Kundenresonanz erzeugt werden. Das Produktportfolio differenziert sich von der internationalen Konkurrenz und überzeugt die indischen Kunden.