
DÀNH CHO CÁC NHÀ KINH DOANH

MƯỜI ĐIỀU CẦN BIẾT KHI KINH DOANH VỚI NGƯỜI NHẬT

Theo một số chuyên gia chuyên nghiên cứu về Nhật Bản, có một số bí quyết mà các doanh nghiệp Việt Nam nên tham khảo khi làm ăn với người Nhật:

1. Chữ tín: Đặc điểm nổi bật của các doanh nhân Nhật Bản là giữ chữ tín, đã hứa là thực hiện dù đó là những việc nhỏ nhất. Người Nhật rất coi trọng ấn tượng đầu tiên nên các doanh nghiệp cần chuẩn bị thật tốt cho các buổi họp mặt hay giao dịch đầu tiên.

2. Nguyên tắc: Trao đổi thông tin, đàm phán rất lâu và kỹ, làm việc rất nguyên tắc. Cho dù chỉ là các dịch vụ thương mại đơn thuần. Hầu hết, khách hàng Nhật Bản luôn muốn được tham quan công ty, nơi sản xuất để tận mắt chứng kiến tổ chức, năng lực sản xuất của đối tác sản xuất hàng sẽ bán cho họ. Khi đã tin tưởng thì các công ty Nhật Bản lại nổi tiếng là ổn định và trung thành với bạn hàng.

3. Kiên trì: Nên kiên trì trong các mối quan hệ kinh doanh với người Nhật. Thời gian đặt hàng thử, số lượng nhỏ kéo dài rất lâu, nếu cảm thấy đạt tiêu chuẩn họ mới đặt hàng số lượng lớn. Nhiều khi, sau vài đơn hàng đầu tiên với số lượng ít, doanh nghiệp phía Việt Nam không đủ kiên trì để tiếp tục nên đã không nhiệt tình trong giao tiếp kinh doanh, dẫn đến mất khách hàng tốt trong tương lai.

4. Giao lưu: Tham gia hội chợ thương mại, hoặc các hoạt động giao lưu tại Nhật Bản sẽ khẳng định tính thường xuyên, ổn định trong kinh doanh với khách hàng cũ,

đồng thời cũng tạo cơ hội mới trong việc tìm kiếm khách hàng mới. Tuy nhiên, nên có sự trao đổi và thống nhất trước với những khách hàng truyền thống của mình về những sản phẩm mẫu mã trưng bày, tránh tình trạng vi phạm cam kết về mẫu mã trước đó bởi vì tham gia hội chợ tại Nhật Bản thường rất tốn kém. Đặc biệt, khi giới thiệu hay bán hàng tại hội chợ, nhân viên phụ trách không được ăn, uống trước mặt khách hàng. Phải luôn đứng, tươi cười mời chào khách với thái độ thật niềm nở và nói lời cảm ơn.

5. Trân trọng – Chu đáo: Người Nhật rất coi trọng chuyện gặp mặt trước khi bàn bạc hợp tác và rất chu đáo trong việc chăm sóc khách hàng. Việc mời ăn uống, đón, tiễn ở sân bay (đặc biệt là nếu vào được tận trong máy bay để đón thì sẽ gây được ấn tượng đặc biệt với bạn). Trong giao dịch thương mại, vấn đề quan hệ cá nhân là vô cùng quan trọng vì người Nhật cũng giống người Việt Nam, nên chủ động tiếp đồ uống cho khách, không để khách tự rót rượu cho họ trong suốt bữa ăn. Ngoài ra, người Nhật Bản rất coi trọng giờ hẹn. Vì vậy, khi đi làm việc với khách Nhật, phải luôn luôn đúng giờ.

6. Văn hóa trao danh thiếp: Nhật Bản là một trong những nước hay sử dụng danh thiếp nhất thế giới. Việc không có hay hết danh thiếp khi giao dịch không bao giờ để lại ấn tượng tốt với khách hàng.

7. Tiếng Nhật: Người Nhật rất thích khi đối tác sử dụng được tiếng Nhật vì họ cảm thấy gần gũi hơn, vì vậy bạn nên trang bị

tiếng Nhật hoặc ít ra cũng chuẩn bị cho mình một số câu đơn giản.

8. Bản ghi nhớ (MOU): Sau khi đàm phán hay thông nhất xong vấn đề gì đó dù là không quan trọng lắm thì bạn cũng nên làm bản tóm tắt nội dung đã thống nhất gửi lại cho đối tác. Điều này luôn được đánh giá cao. Bên cạnh đó, một số chi tiết nhỏ như trực tổng đài công ty, họ sẽ cảm thấy rất bất ổn về đối tác khi gọi điện thoại đến công ty mà không thấy có người trả lời hoặc trả lời không đúng mực.

9. Tặng quà – Chúc mừng: Cũng giống như ở Việt Nam, người Nhật thích tặng quà cho nhau vào những dịp lễ tết như dịp Ô Bôn (tháng 7), dịp này nên gửi đồ ăn; dịp cuối năm dương lịch nên tặng đồ uống. Gửi thiệp chúc mừng nhân dịp đặc biệt, như ngày

thành lập công ty, Giáng sinh và năm mới (lưu ý thiệp chúc mừng phải được gửi tới tay đối tác trước ngày lễ diễn ra).

10. Chất lượng – Hình thức - Vệ sinh: Hàng hóa, cho dù bất kỳ loại gì cũng phải có hình thức đẹp, sạch sẽ. Bao bì sản phẩm phải rất cẩn thận đúng tiêu chuẩn, hình thức đẹp, kích thước phù hợp tạo được sự lôi cuốn và tiện dụng cho người sử dụng. So với các thị trường khác, tại Nhật Bản đối với một số mặt hàng như quà tặng, chi phí cho bao bì chiếm tỷ trọng cao hơn trong giá thành sản phẩm.

Hoàng Quý

Nguồn: Theo thông tin khuyến cáo của Bộ Thương mại Việt Nam.

<http://www.vinanet.com.vn>

THỊ PHẦN XE HƠI LOẠI NHỎ TĂNG ĐỘT BIẾN TRÊN THỊ TRƯỜNG THẾ GIỚI TRONG KHI GIẢM MẠNH TẠI HÀN QUỐC

Triển vọng về nhu cầu xe hơi loại nhỏ trên thị trường thế giới ước tính sẽ liên tục gia tăng trong thời gian tới. Điều này phản ánh xu hướng hoàn toàn ngược với tình hình tại Hàn Quốc, nơi mà nhu cầu về xe hơi loại nhỏ đang giảm dần theo từng năm. Thực tế này đặt ra cho các nhà sản xuất xe hơi Hàn Quốc hai chiến lược trong phát triển sản xuất kinh doanh, thứ nhất là tăng sức cạnh tranh với các đối thủ nước ngoài về mặt hàng xe hơi cỡ nhỏ, thứ hai là đồng thời sẽ phải nâng cao sức tiêu thụ của thị trường nội địa đối với mặt hàng này.

Hiệp hội công nghiệp ô tô Hàn Quốc trong báo cáo ngày 27 tháng 2 vừa qua đã

trích lời Giám đốc cơ quan Nghiên cứu và phát triển kinh doanh xe hơi Nhật Bản Yosida Nobuyosi cho rằng, thị phần của loại xe hơi cỡ nhỏ tại các thị trường lớn như Mỹ, Tây Âu và Nhật Bản do nhiều lý do như giao thông, môi trường và năng lượng sẽ còn tiếp tục tăng cao trong thời gian tới.

Theo báo cáo này, tại Mỹ, trong khi thị phần xe hơi cỡ nhỏ năm 2000 là 12%, tới năm 2006 đã là 13,9%. Trong cùng thời gian này, tại Tây Âu thị phần cũng đã tăng từ 33,9% năm 2000 lên 35,4% năm 2006, Nhật Bản từ 45,6% tăng lên 49,5%, đặc biệt nếu tính cả xe hạng nhẹ (loại xe dung tích khí thải dưới 600cc), thị phần năm 2000 từ 77%