

Spolupráce Bike Fun International a CzechTrade

Spolupráce firmy Bike Fun International s.r.o. a zahraničních kanceláří (ZK) CzechTrade ve Skandinávii odstartovala v roce 2010. Začali jsme s asistencí při identifikaci a oslovování potenciálních obchodních partnerů z řad specializovaných distributorů a obchodů s jízdními koly a větších maloobchodníků s tímto sortimentem s vlastními obchodními jednotkami na dánském trhu.

Při podrobné analýze trhu jsme identifikovali celkem 38 potenciálních obchodních partnerů, z nich tři výrobce jízdních kol, devět firem zabývajících se jejich importem a distribucí a dvacet šest větších maloobchodních řetězců. Z této přehledně zpracované databáze klient následně vybral určitý počet nejrelevantnějších firem, které následně pracovníci ZK oslovili, zjistili ty správné osoby odpovědné za jednání s novými dodavateli, prezentovali jim nabízené produkty a technologie klienta a zjišťovali zpětnou reakci ohledně možné budoucí spolupráce.

Z této intenzivní kampaně se podařilo ZK vzbudit konkrétní zájem nejen o zprostředkování kontaktů, ale i o osobní prezentační schůzky u sedmi firem, z nichž některé klient následně navštívil a jeho úspěšná spolupráce s nimi pokračuje dodnes. Vzhledem k velmi pozitivním výsledkům na dánském trhu se klient rozhodl v následujících letech využít identickou asistenční službu také na švédském, norském a finském trhu.

Při každé z těchto asistencí se pracovníkům CzechTrade podařilo vzbudit zájem o spolupráci s významnými distributory a předběžně domluvit osobní prezentační schůzky. Dle informací od klienta z konce roku 2014 také díky naší předchozí akviziční kampani již realizuje dodávky do celé Skandinávie v řádech milionů eur.

Skandinávské trhy mají obecně pro prodej jízdních kol obrovský tržní potenciál, nicméně trh je velmi saturovaný nabídkou místních výrobců a významných importérů. Příčinou úspěchu firmy Bike Fun International na skandinávských trzích je především perfektní kvalita jejich výrobků, což je parametr, který skandinávský spotřebitel preferuje nejvíce. Dále samozřejmě vhodně zvolená cenová strategie spolu s výběrem vhodného distribučního partnera, ke kterému také přispěla asistenční služba agentury CzechTrade.

Vítězslav Blažek, ředitel regionálního centra, CzechTrade Stockholm