

ZROZUMIEĆ AZJĘ

PRAKTYCZNE ASPEKTY WSPÓŁPRACY
Z FIRMAMI KOREAŃSKIMI



AGENDA

- I. GRUPA SPS
- II. ETAPY WEJŚCIA NA RYNEK KOREAŃSKI
- III. PIERWSZE KONTAKTY Z KONTRAHENTAMI.
- IV. DYSTRYBUTOR – KLUCZ SUKCESU.
- V. SPRZEDAŻ
- VI. WSPÓŁPRACA Z KOREAŃSKIM INWESTOREM
- VII. BRAK UMOWY TO TEŻ UWOWA, A UMOWA TO TYLKO KONTEKST
- VIII. RELACJE NIEFORMALNE



I. GRUPA SPS

SPS TAX & LAW

SPS POWERHOUSE



SPS TAX & LAW



SPS FINANCE



MY VISA

Immovables/Investment
consulting



Building Code



Tax Law



Corporate
consulting/Company
Law



I. GRUPA SPS

- I. Large and solid Korean Desk
- II. Cooperation with 300 Korean companies
- III. Establishment of 180 Asian subsidiaries in Poland
- IV. Korean companies - FDI consultation - 5,3 billion USD
- V. Work permit and residence permit - more than 4900 successful cases
- VI. 4 regional offices owned by the law firm (Wroclaw, Warsaw, Poznan, Seoul Office)
- VII. Cooperation with Sihun Law Firm in Korea (2016 Business Partnership Agreement Ceremony)



II. ETAPY WEJŚCIA NA RYNEK KOREAŃSKI.



III. PIERWSZE KONTAKTY Z KONTRAHENTAMI.

Omijać Pana Kim'a

Inwestycja w relacje międzyludzkie

Wsparcie na miejscu



IV. DYSTRYBUTOR – KLUCZ SUKCESU.

I. Wielkość dystrybutora

II. Zasady współpracy

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



V. 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



V. PRZYGOTOWANIE PRODUKTU. – JAK IKEA ODROBIŁA LEKCJĘ

- o Korea to kraj apartamentów
- o Przekształcili sklep w weekendowe miejsce wypadów rodzinnych
- o Zlokalizowali salony wystawowe, a nie markę
- o Zrozumieli, że Koreańczycy nienawidzą majsterkowania — i rozwiązali ten problem
- o Zrozumieli koreańską psychologię cen
- o Czekali, aż e-commerce i logistyka będą gotowe



V. PRZYGOTOWANIE PRODUKTU. – JAK IKEA ODROBIŁA LEKCJĘ

- o Połączenie zamyłowania koreańskich klientów do wartości i jakości dzięki niskim marżom i silnej marce własnej (Kirkland)
- o Przekształcenie sklepów w weekendowe destynacje rodzinne (lokalizacje podmiejskie, food court, kultura degustacji)
- o Lokalny asortyment (np. kimchi, świeże produkty) przy jednoczesnym zachowaniu globalnego modelu magazynowego
- o Model członkostwa okazał się ekskluzywny i opłacalny dla konsumentów wrażliwych na cenę, ale nastawionych na jakość
- o Wczesne partnerstwo z Shinsegae → łatwiejsze zrozumienie rynku i wejście na rynek
- o Silna polityka serwisowa (łatwe zwroty, pomocny AS), sprostanie wysokim wymaganiom konsumentom



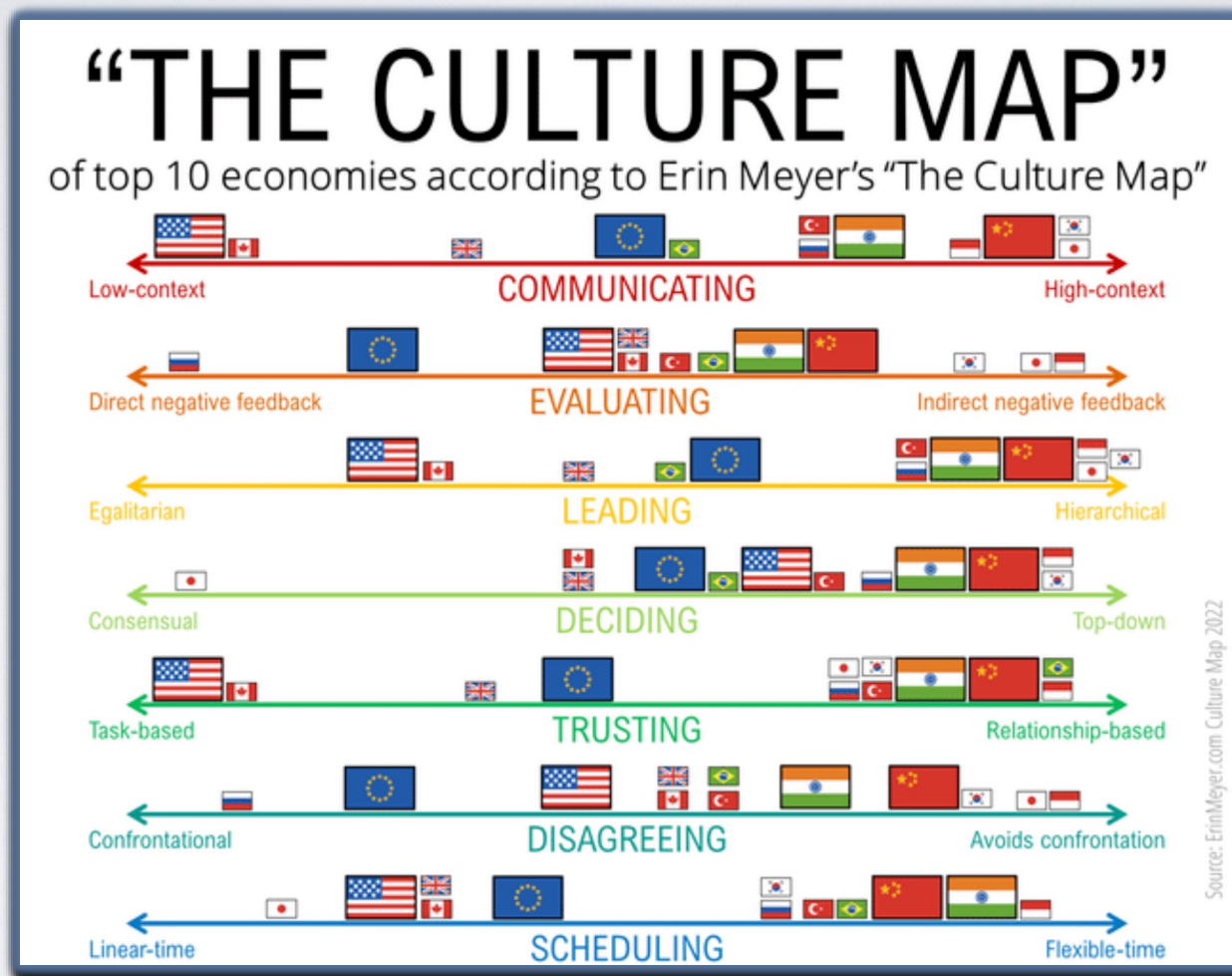
VI. WSPÓŁPRACA Z INWESTOREM KOREAŃSKIM

Kto rzeczywiście podejmuje decyzje:

- Formalna funkcja nie zawsze oznacza decyzyjność
- Raportowanie do HQ
- Jaka jest wewnętrzna ścieżka akceptacji decyzji?



VI. WSPÓŁPRACA Z INWESTOREM KOREAŃSKIM



VII. BRAK UMOWY TO TEŻ UMOWA, A UMOWA TO TYLKO KONTEKST

SPS TAX & LAW

Nieformalne ustalenia

**Relacje oficjalno-umowne a
praktyka działania**

**Podejście po
podpisaniu umowy**



VIII. RELACJE NIEFORMLANE

- Relacja nie jest dodatkiem do biznesu. Bardzo często jest warunkiem, żeby w ogóle ruszył.
- Kolacja nie zastępuje umowy, ale może zdecydować o tym, czy strony będą chciały tę umowę wykonać.
- Zaufanie buduje się poza salą konferencyjną, ale zabezpiecza się je w dokumentach.
- Współpracując z koreańskim partnerem, trzeba być blisko relacyjnie i precyzyjnie formalnie.
- Nie każde kolejne spotkanie bez podpisu oznacza brak postępu. Czasami właśnie wtedy powstaje zaufanie. Relacje wymagają czasu.
- Relacja pomaga wtedy, kiedy projekt ma „zadyszkę”.



DZIĘKUJĘ

SPS TAX & LAW



PAWEL SZKUDLAREK
Partner / Grupa SPS

Head of Korean Desk
+48.696.118.320
byeonhosa@spslaw.pl

