

Organisatie en medewerkers
voorbereiden op de Duitse markt

6-STAPPENPLAN

voor succesvol
zakendoen in Duitsland

**SYMPHONY
COMMUNICATION**

INHOUD

De juiste mindset

Stap 1 - Analyseren

Stap 2 - Organisatie en medewerkers voorbereiden

Stap 3 - Marketing- en communicatiemateriaal
vorbereiden

Stap 4 - Pretesten

Stap 5 - Evalueren

Stap 6 - Implementeren

Over symphony communication

DE JUISTE MINDSET

Dit zes-stappenplan is een handige leidraad voor het betreden van de Duitse markt. Hiermee bereidt u zichzelf en uw organisatie voor op zakendoen in Duitsland.

Of dit een succes wordt, hangt van een ding af: de juiste mindset. Wees u ervan bewust dat u zaken wilt doen met een andere cultuur en dus met een andere manier van denken. Het kennen van de valkuilen en het respecteren van de cultuurverschillen is essentieel voor een blijvend succesvolle relatie met uw Duitse zakenpartner.

Dit aspect komt bij stap 2 aan bod. Daarmee loop ik echter op de zaken vooruit. Zakendoen over de grens begint namelijk heel gewoon bij stap 1.



STAP 1 - ANALYSEREN

Elk bedrijfsidee en elk product staat of valt bij een goede analyse van de haalbaarheid. Dit geldt des te meer als u een vreemde – in dit geval de Duitse – markt op wilt. Begin dus met het doen van onderzoek:

- Marktonderzoek
- Haalbaarheidsonderzoek
- Onderzoek naar doelgroep en locatie
- Onderzoek naar technische aspecten, normen, benodigde certificaten en keurmerken
- Juridisch onderzoek
- Fiscaal onderzoek

Zijn de uitkomsten positief en ziet u kansen voor uw product of dienst? Dan gaat het verder met stap 2.



STAP 2 - ORGANISATIE EN MEDEWERKERS VOORBEREIDEN

Wanneer de uitkomst van stap 1 positief is en u de Duitse markt wilt betreden, is het zaak om uw organisatie en uw medewerkers doegericht hierop voor te bereiden. Waar moet u hierbij aan denken?

- Regelt u alles vanuit Nederland of wilt u een vestiging in Duitsland openen?
 - o Zo ja, waar en hoeveel man Duits personeel wilt u hiervoor aantrekken?
 - o Houd daarbij ook rekening met de juridische en fiscale aspecten uit stap 1 en met het Duitse arbeidsrecht.
 - o Overweeg ook vooraf hoe u de Duitse vestiging in uw Nederlandse organisatie wilt integreren, waar de beslissingsbevoegdheden liggen en op welke wijze u wilt communiceren. Aangezien de Duitse zakencultuur anders in elkaar zit dan de Nederlandse, is dit een aspect om goed over na te denken. Misverstanden en dissonanten ontstaan vaak sneller dan u lief is!

"De weg naar Duitsland begint in uw organisatie!"

- Welke afdelingen en medewerkers van uw Nederlandse organisatie krijgen met 'Duitsland' te maken en moeten hierop worden voorbereid? Vaak zijn in ieder geval de volgende afdelingen bij de stap over de grens betrokken: productie, logistiek, backoffice, administratie, sales, marketing en – wanneer Duits personeel wordt aangenomen – HR.

- Welke investeringen moeten er worden gedaan in opleiding en ontwikkeling van medewerkers? Denk hierbij aan cursussen en trainingen op het gebied van inter-culturele vaardigheden en talenkennis. Duitsers doen het liefst zaken in hun eigen taal.



Overschat uw eigen taalniveau niet – Nederlandse bedrijven lopen elk jaar veel omzet mis door gebrekkige kennis van de Duitse taal en zakelijke cultuur.

- Zelfonderzoek: welke normen en waarden vertegenwoordigt mijn organisatie, in hoeverre komen deze overeen met het Duitse normen- en waardenbesef en ben ik bereid om mijn organisatie aan te passen?

Stap 3 – Marketing- en communicatiemateriaal voorbereiden

Een goed marketingplan is essentieel voor het verkopen van uw product of dienst op de Duitse markt. Het 1:1 overnemen van uw Nederlandse marketingplan is echter geen goed idee. De verschillen in mentaliteit en daardoor in de omgang met bijvoorbeeld reclame of mediakanalen is te groot. Ook zult u rekening moeten houden met juridische verschillen, bijvoorbeeld bij de regels voor websites en online-shops. Kortom, u moet aan de slag met uw:

- Slogan
- Naam van uw product of dienst
- Folders
- Brochures
- Reclamemateriaal
- Beeldmateriaal
- Website
- Social Media
- Alle relevante technische gegevens, zoals veiligheidsbladen en veiligheidsinstructies, technische beschrijvingen, gebruiksaanwijzingen etc.

Met alleen Engelstalig materiaal komt u er niet. Zorg voor correct Duitstalig materiaal – hetzij professioneel vertaald, hetzij direct in het Duits geschreven. In de voorbereidingsfase is het voldoende om de meest essentiële zaken in het Duits te hebben. Gaat u echt de Duitse markt op, dan moet alles tot in de puntjes geregeld zijn.

Stap 4 – Pretesten

Na al deze voorbereidende stappen is het tijd voor actie: de testfase. Hierin gaat u bekijken of uw product of dienst echt aanslaat op de Duitse markt. U kunt hierbij denken aan:

- forums om uw product of dienst onder de aandacht te brengen
- eerste acquisitiegesprekken voeren
- vakbeurzen bezoeken en uw product of dienst voorstellen
- een online-actie beginnen
- een artikel schrijven voor een vaktijdschrift
- social media
- een testpanel

Veel hangt hierbij af van het soort product of dienstverlening en van wat in de branche gebruikelijk is. Maak hiervoor een stappenplan en analyseer regelmatig of u nog op koers ligt.



Stap 5 – Evalueren

In deze fase evalueert u de uitkomsten van de test. U analyseert de cijfers van bijvoorbeeld eerste verkoopgesprekken, traffic op de website en feedback van de doelgroep. En u bekijkt hoe uw product of dienst bij de doelgroep is aangekomen en waar de verbeterpunten zitten.

Op basis hiervan trekt u uw conclusies: doorgaan ja of nee. Was de testfase een succes, dan is het nu tijd om uw product of dienst – eventueel na enkele verbetermaatregelen – op de Duitse markt te implementeren.



Stap 6 - Implementeren

Hebt u alle stappen doorlopen? Dan zijn uw organisatie en uw medewerkers nu zo ver, dat u de Duitse markt op kunt. Daarmee bent u er echter nog niet. U zult steeds opnieuw moeten bijsturen om ervoor te zorgen dat uw product of dienst een blijvertje is.

Nog even de puntjes op de i:

- beschikt u over alle keurmerken, certificaten en andere wettelijk voorgeschreven zaken?
- is uw website correct, afgestemd op de Duitse doelgroep en in overeenstemming met de Duitse wetgeving?
- is ook het overige marketingmateriaal in een 'Duits jasje' gestoken?
- is er een Duits klachtenmanagementsysteem ingericht en bestaat er een handleiding voor crisiscommunicatie op bijv. social media?
- is iedereen binnen uw Nederlandse organisatie geschoold in de omgang met Duitse zakenrelaties en/of medewerkers?
- is uw organisatie zelf klaar voor de stap over de grens?

Succesverhalen ontstaan niet over een nacht ijs, maar zijn het resultaat van hard werken, regelmatig analyseren en aanpassen.

Hierbij wens ik u veel succes!



Over mij



Ik ben Ingeborg Lindhoud, oprichter van symphony communication, intercultureel trainer & change-manager en als Nederlandse al ruim 12 jaar woonachtig in Duitsland.

Mijn passie is het verbinden van mensen en organisaties uit Nederland en Duitsland. Dat begint bij het elkaar beter leren kennen, elkaars achtergrond en zienswijze. Door meer begrip voor elkaar te ontwikkelen, creëer je nieuwe kansen en mogelijkheden.

Mijn visie is dat er geen grenzen zijn, behalve de grenzen die we onszelf stellen.

Samen met mijn klanten ontwikkel ik strategieën om organisaties en medewerkers voor te bereiden op het zakendoen met Duitsland. Hoe beter iedereen is voorbereid, des te gemakkelijker is het om van de stap over de grens een blijvend succes te maken.

Meer weten?

Bel of mail voor een oriënterend gesprek: 0049 2821 - 400 76 18 / contact@sym-com.com

Colofon

Dit e-book wordt u aangeboden door symphony communication - Ingeborg Lindhoud.

Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door print-outs, kopieën, of op welke manier dan ook, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van Ingeborg Lindhoud.

Copyright beeldmateriaal:

© panthermedia / gustavofraza

© shutterstock / christophe boisson

© pixabay

© fotostudio peschges

DRS. INGEBORG LINDHOUD

intercultural trainer & change-manager

Drususdeich 53 · D-47533 Kleve

T. +49 (0)2821 400 76 18

M.+49 (0)1577 536 37 27

lindhoud@sym-com.com

www.sym-com.com