

GLOBALFORUM Heilbronn-Franken – Geschäftlich in Frankreich
Kulturelle Besonderheiten im „Frankreich-Business“
Heilbronn, 27. Oktober 2010

Vier Fragen, die Sie sich stellen müssen

2



1. Wo sind Ihre Kunden?

3

Wirtschaftsstruktur ist ein Teil der Kultur

Frankreich ist administrativ um Paris zentralistisch organisiert

- Die wichtigsten wirtschaftspolitischen Entscheidungen werden dort getroffen
- In Paris haben alle große Unternehmen entweder ihren Sitz oder eine Repräsentanz, auch wenn ihre Kernaktivitäten in den Regionen stattfinden

Aber

- Die Regionen haben entweder historische oder neuentwickelte Branchenschwerpunkte (oder beides), zum Teil sehr dynamisch
- Die Mittelstandstruktur in Frankreich ist diffuser und weniger gut strukturiert als in Deutschland (viele Konzerne, extrem viele Kleinunternehmen)

Sie müssen:

- Die Regionen identifizieren, in den Ihre Kundenzielgruppe aktiv ist
- Die Konzerne identifizieren, deren Aktivität für Sie wichtig ist
- Die wenigen großen Mittelständler lokalisieren
- ... dafür einen Plan haben!

2. Wie kommen Sie an Ihre Kunden?

4

Wichtigste Regel: eins nach dem anderen

Eine qualitative Marktstudie sollte Ihnen vorab geliefert haben

- Die für Sie relevanten Schwerpunkte, Branchen und Regionen
- Die Namen Ihrer stärksten Wettbewerber
- Erste Reaktionen von Marktplayern auf Ihr Produktangebot
- Die für Sie am besten geeignete Vertriebsform (direkt, Agent, Distributor usw.)

Nehmen Sie sich nicht zu viel vor

- Selektieren Sie zuerst eine Region und/oder nur einen Teil Ihres Produktangebots
- Machen Sie damit Ihre ersten Erfahrungen und skalieren Sie erst dann hoch

Das brauchen Sie unbedingt, bevor Sie Ihre potentiellen Kunden adressieren

- Ein professionelles Auftreten in französischer Sprache (Website, Produktinfo)
- Einen oder mehrere französischsprachigen Mitarbeiter in Deutschland
- Einen oder mehrere fähigen Vertriebspartner vor Ort!

3. Was muss Ihr Vertriebspartner können?

5

Eigenschaften des Partners: die klassischen und die oft vergessenen

Klassisch

- Marktkenntnisse
 - Struktur, Kanäle
 - Trends, Messen
- Akteurenkenntnisse:
 - Pot. Kunden und Kundenstamm
 - Wettbewerber, „Gurus“
- Vertriebliche Qualitäten
 - Verhandlungsgeschick, Abschlussicherheit
 - Organisationstalent
- Unternehmertum
 - Proaktivität Hartnäckigkeit
 - Kreativität, Weitsicht

Oft vergessen

- Kommunikationsfähigkeit
 - In guten wie in schlechten Zeiten
 - Sprachkenntnisse
- Interkulturelle Fähigkeiten
 - Unternehmenskultur
 - Umgang mit Kulturunterschieden
- Regionaler Fokus
 - Bis wohin reicht sein Netzwerk wirklich?
 - Wohnt er in zentraler Lage?
- Bisherige und aktuelle Tätigkeiten
 - Achtung bei Wettbewerbsklauseln
 - Portfoliokompatibilität

Achtung bei der Gestaltung des Einkommens im Agenten- oder MA-Vertrag!

4. Was müssen Sie und Ihre Mannschaft wissen?

6

Wichtige (geschäfts-) kulturelle Aspekte im Geschäft mit Frankreich (Auszug!)

Frankreich besitzt eine personenorientierte Kultur, Deutschland ist eher sachorientiert, das hat Konsequenzen

- Im Aufbau Ihrer Geschäftsbeziehungen mit Franzosen werden Sie auch deswegen Geduld brauchen
- Franzosen führen und delegieren anders als Deutsche, wollen (und müssen!) auch anders geführt werden

In Frankreich geht man anders mit der Zeit um als in Deutschland

- Franzosen verhandeln anders als Deutsche
- Verwenden Sie das Wort Partner nicht zu schnell

Kurzvorstellung: Die Deutsch-Französische Beratung

7

Wir beschleunigen Ihr Geschäft mit Frankreich.

Wir unterstützen strategisch und operativ deutsche Unternehmen mit **Beratung, Recruiting oder Training** sowie Einzelpersonen mit **Coachingmaßnahmen** in französischer und deutscher Sprache.

Operative Erfahrung in vielen Branchen, **pragmatische Ansätze**, weitreichendes **Netzwerk in Deutschland und in Frankreich** werden unseren Klienten zur Verfügung gestellt.

Natürlich bieten wir dieselben Dienstleistungen französischen Kunden an, die den Weg nach Deutschland suchen.

Denis Jeanson, EDHEC École de Commerce, MBA 1988, ist seit mehr als zwanzig Jahren in Deutschland, **immer im deutsch-französischen Geschäft tätig**, für deutsche Konzerne oder Unternehmen aus dem Mittelstand. 2008 gründet er **Die Deutsch-Französische Beratung** in München und ist als Berater, Recruiter, Trainer und Coach tätig, mittlerweile mit drei weiteren Beratern und einer Researcherin.

Kontakt

Die Deutsch-Französische Beratung
Denis Jeanson
Romanplatz 12
80639 München

Tel : +49 (0) 89 810096-86
Mail : info@df-beratung.com
Internet : www.df-beratung.com