

פעילות בינלאומית בשיווק תוצרת חקלאית



השתלבות המגדל בשרשרת הייצוא

עתידים משרד החקלאות – אוקטובר 2013

מרצה: שפריר גודל

על מה נדבר היום

- מי ומה ביצוא מישראל
- האם אני יצואן או מגדל – כיצד אני מגדיר את עצמי ומה ה"תפקיד" המתאים לי
- דגשים לעבודה מול חברות היצוא – חברות הסחר
- החלטה על יצוא עצמי
- מה אני יודע על שיווק מקוון ומכוון. האם מדובר ביתרון ליצואן הקטן, המתחיל?

על מה לא נדבר

- על ההיבטים הפיננסים החשובים
- על ההיבטים הלוגיסטיים ההכרחיים
- על דברים שדברו בהרצאות קודמות

שפריר גודל ?

- בוגר לימודי מנהל עסקים לתואר שני MBA באוניברסיטת בן גוריון בנגב. יועץ בתחומי האסטרטגיה והפיתוח העסקי המבוססים על מסחר בינלאומי, יזם ובעלים של משרד יעוץ עסקי הממוקם בפארק התעשייה בעומר ומתמחה בעבודה במגזר החקלאי.
- ניסיון בחברות ייצוא וייבוא הכולל בין השאר פיתוח עסקי ושיווק בארץ ובחו"ל, איתור שיתופי פעולה, גיוס מימון בנקאי ואחר והובלת הכניסה לשווקים חדשים. הקמת מערך התקשרויות וניהול סיכונים מול לקוחות, סוכנים וספקים שונים במספר מדינות. הקמה והפעלה של חברה אירופאית. הקמת מערך ביצוע הזמנות ייחודי שנוהל ללא מלאי (JUST IN TIME), שימוש נרחב במיקור חוץ בתחומי הלוגיסטיקה ושרשרת האספקה והגדרת תהליכים ונהלי עבודה מדויקים שאפשרו זאת.

מטרת המפגש

להעניק למשתתפים הכרות ראשונית ואוסף
כלים שיקטינו את מספר הטעויות שיעשו
כיבואנים/יצואנים וכאנשי עסקים בינלאומיים
ויגדילו את סיכויי ההצלחה של היזמים.
מתן כלי עזר בקבלת החלטות בנושא
השיווק לחו"ל

כך בניתי את המפגש

- ניסיון לקשור ולהשלים הרצאות קודמות במהלך הקורס
- צרוף מאמרים וקישור לאתרי אינטרנט
- דיון בשאלה האם אני מגדל או יצואן
- ריכוז נקודות חשובות למערכת היחסים עם חברות היצוא
- ריכוז דגשים לעבודה כיצואן עצמאי
- מאמץ אמיתי להישאר פרקטי, על הקרקע. לדבר על דברים בהם אני נתקל ביום יום.
- רוצים הפסקה?

מי ומה בייצוא החקלאי

- ערך הייצוא החקלאי הטרי עמד בשנת 2012 על למעלה מ- 1.43 מיליארד דולר. גידול של כ 91% בפדיון הדולרי בהשוואה לשנת 2003.
- מעל ל- 54% מסך היצוא החקלאי הוא למדינות האיחוד האירופאי.
- להשוואה: סך יצוא שאר סחורות בשנת 2012 (ללא יהלומים) הסתכם ב-45.7 מיליארד דולר, ירידה ב-3.1 אחוזים לעומת שנת 2011.
- היקפי היצוא הגדולים ביותר (פרט ליהלומים) היו ביצוא ענף כימיקלים ומוצרים כימיים (15.0 מיליארד דולר) הכולל את יצוא ענף התרופות (6.8 מיליארד דולר), ביצוא ענף ציוד רפואי ומדעי (4.8 מיליארד דולר), ביצוא ענף רכיבים אלקטרוניים (3.84 מיליארד דולר) וביצוא ענף מכונות וציוד (3.3 מיליארד דולר).
- הסכמי סחר וליברליזציה בסחר ישפיעו על אופי המסחר בתוצרת חקלאית טרייה בעתיד הנראה לעין. (OECD, הודו)
- המכון הישראלי ליצוא ולשיתוף פעולה בינלאומי – "[מכון היצוא](#)" נכנס למשחק
- [רשימת](#) היצואנים של משרד החקלאות הולכת ומתארכת
- מועצת הצמחים והשולחנות
- חשוב להכיר גם את הספקים הלוגיסטיים וספקי שירותים אחרים
- הגנת הצומח
- מערך הנספחים

יצואן או מגדל?

- **שאלה אסטרטגית ולא "על הדרך". לא מדובר בלקשור כמה קצוות ולהתחיל לייצא.** מבוא עיצוב מדיניות – זוכרים?
- **שאלה שיווקית -** בידול, מיתוג, שמירת קשר עם הלקוח, פיתוח ערך ללקוח ומתן מענה לצרכיו.
- **שאלה ארגונית –** מחייבת הקצאת משאבי ניהול
- **שאלה לוגיסטית –** קבלת האחריות המלאה על השרשרת הלוגיסטית שאינה ביכולות הליבה של המגדל. כניסה לעסק חדש – עסקי יצוא ולוגיסטיקה.
- **שאלה מימונית –** מה שהיה הוא לא מה שיהיה

כשאינך מבין את השפה לא תבין מה כתוב על הקיר. כשאינך
מבין את התרבות אינך רואה את הקיר.
(פתגם סיני עתיק)

חברות היצוא כחברות סחר

- חברות הפעילות בשווקים הבינלאומיים והתמחותן ברכש ובשיווק.
- אינן פונות לייצור או לגידול ויתרון היחסי הוא בהיכרות ובנגישות לשוק. לעיתים הן מפתחות יכולות לוגיסטיות – לא הכרחי.
- מיומנותן מתמקדת באיתור ובחדירה לשווקים חדשים והן תסייענה למגדל בניצול יעיל יותר של משאבי השיווק. לחלופין הן תסיע ליבואן באיתור סחורה מתאימה.
- ישנן חברות סחר בעלות התמחות ענפית כמו למשל בגידולי שורש (תפוז"א, גזר וכו') וישנן חברות סחר בעלות התמחות גיאוגרפית (רוסיה, ספרד, הודו ואחרות).
- ראוי להזכיר גם את משרדי קניות, או הקניינים, של גופים בינלאומיים גדולים שהתמחותם בביצוע רכש עבור גוף מסוים.

מדוע כדאי לעבוד עם חברת יצוא

- הן כבר שם. הן מכירות את השוק, יש להן נציגים וקשרים בשווקי היעד. הן מכירות את המנטליות וכו'. הקשרים שלהן יחסכו לך זמן וכסף.
- הן מכירות אותך, היצואן הישראלי. נציגיהן מדברים עברית. קל יהיה לתקשר איתן.
- לעיתים, השיווק באמצעותן יעיל וזול יותר. כך למשל, חברת סחר המתמחה במזון תוכל ייצג מספר יצואנים בביתן שלה בתערוכת מזון חשובה בניו יורק ובכך לחסוך ללקוחותיה עלויות.
- הן מכירות את הבירוקרטיה כאן בישראל ובשווקי היעד ועשויות לחסוך הרבה זמן, כסף ועגמת נפש.
- הן יכולות לממן ולסייע בגביה
- ניתן ללמוד מאופן פעילותן ומניסיוןן של חברות הסחר וליישמו אח"כ במהלכי השיווק שלך במקומות אחרים

מדוע לא כדאי לעבוד עם חברת יצוא

- הן לא מכירות את המוצר שלך כמוך ומכאן שיכולתן לייצג אותך עלולה להיות נמוכה יותר.
- המוצר שלך אינו הבייבי שלה ולפעמים הוא נדחק למעמד של second best.
- היא מוכרת מעט מדי או יותר מדי בהשוואה למה שאתה מגדל או מסוגל לגדל.
- הן מהוות חוצץ בינך לבין הלקוח הסופי, מסננות את המידע שמגיע אליך מהשוק ומהווה מרכיב חשוב ביכולת שלך לפתח שוק.
- ההתקשרות בנכם איננה אין-סופית ואתה עלול למצוא את עצמך ללא קישוריות לשוק חשוב בו אתה פועל כשהקשר בנכם ינותק.

והיה והחלטנו לעבוד עם...

- לעשות מאמצים כדי להכיר את השוק ולשמר קשר עם הלקוחות בעצמך.
- לנסות לעבוד עם יותר מחברה אחת
- לנהל מעקבים ממוחשבים על הביצועים, התמורה והעלויות.
- לשמור על הגינות

ואם החלטנו לייצא בעצמנו - לכל סיר יש מכסה המתאים לו

- פיתוח הדרגתי.
- האם יש לנו למי למכור? האם יסכימו לעבוד איתנו באופן ישיר, מה ההיקפים שנדרשים? מה החלופות שלנו אם לא יממשו התוכניות?
- פיתוח קשרים אישיים כל הזמן גם מחוץ לעונה.
- נוכחות בשוק - ביקור בתערוכות (הכנה מראש) ובשווקים, הכרות עם שרשרת הערך כולה. קריאה של חומר מקצועי, הצטרפות לרשימות תפוצה.
- פיתוח והתאמת [מוצרים](#) חדשים.
- מיתוג עצמי
- התקשרות עם ספקים לוגיסטיים (פלינג כרגו, מנטפילד ואחרים) כדי להבטיח את רציפות שרשרת האספקה עד ללקוח.
- הערכת צרכי המימון, כולל רזרבות והערכות מראש. חשוב לזכור - כשהיצוא מתחיל אנחנו עמוק בתוך ההשקעה.
- גיבוש מדיניות תמחיר.

ומעל לכול

שמירה על מקצוענות בתחום החדש וערנות לשינויים
בשטח.

**אנחנו מתנהגים כאילו החברה נמצאת שנתיים
לפני פשיטת רגל.**

ביל גייטס

אז מה עושים? לומדים!

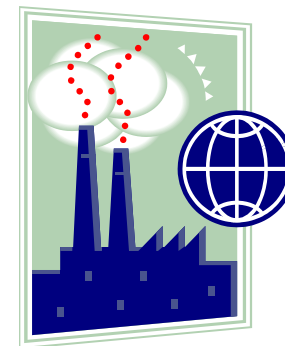
- שווקים סיטונאים
- תערוכות
- סופרמרקט
- מחקר ולימוד של מידע זמין (מכון היצוא, היחידה לחקר שווקים, היחידה לסחר חוץ, מערך הנספחים)

תהליך היצוא/יבוא

מחסן היבוא



היצוא



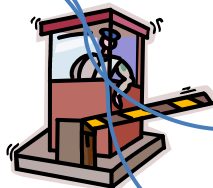
הובלה
עיקרית



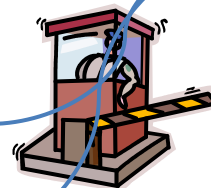
הובלה
יבשתית



מכס
נמל



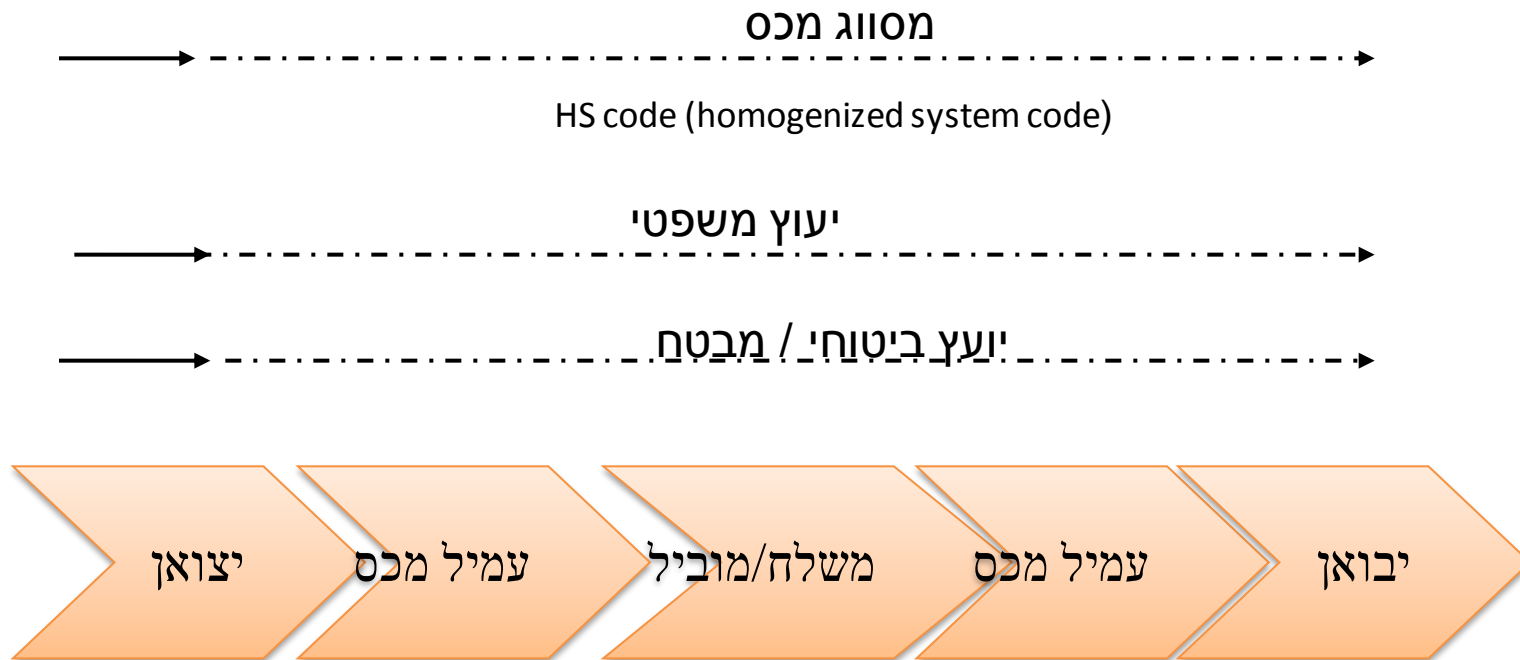
מכס
נמל



הובלה
יבשתית



הגורמים המשתתפים בתהליך הסחר הבינלאומי



הגורמים המשתתפים בתהליך היבוא



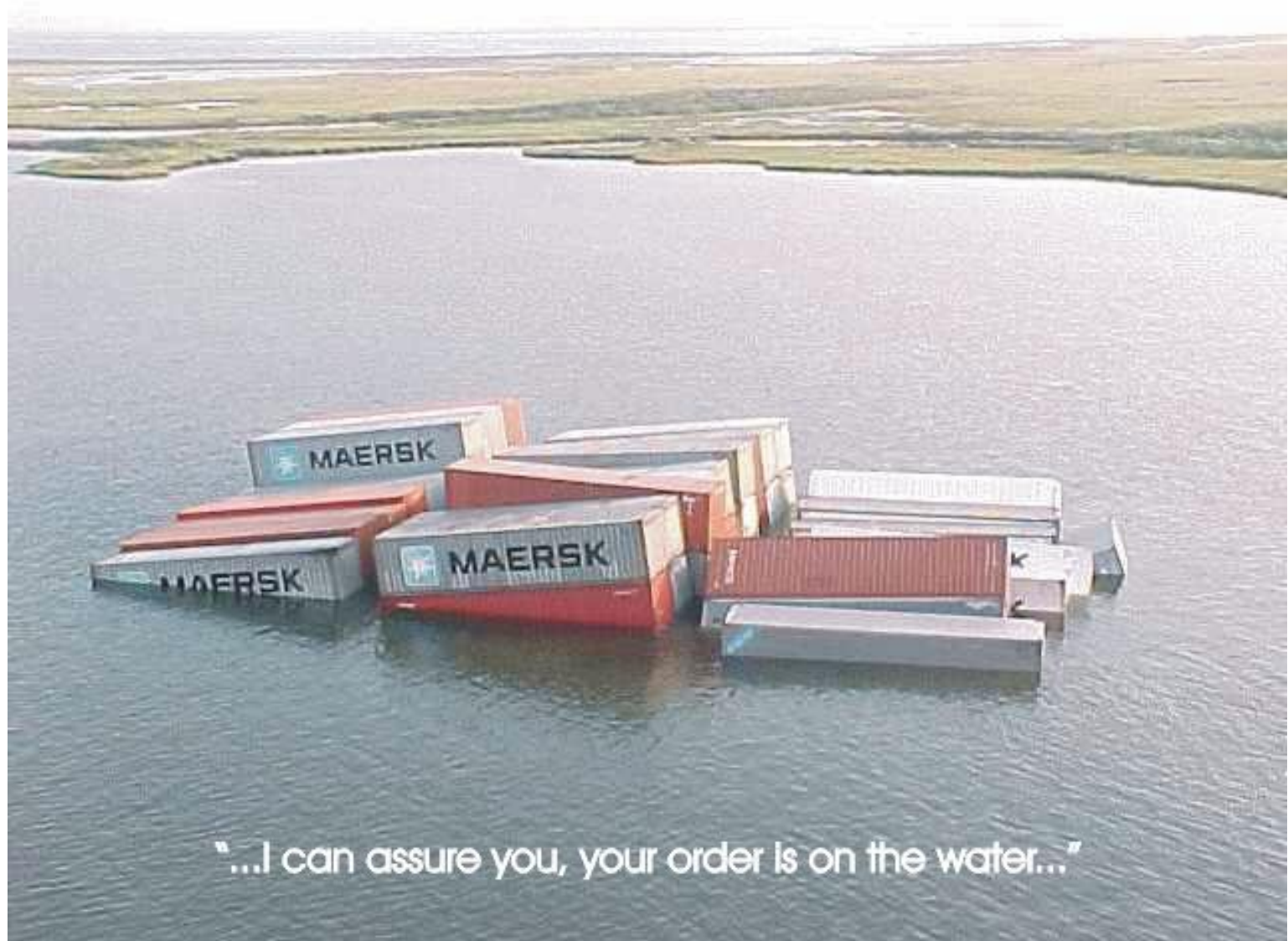
רשויות מוסמכות ומשרדי ממשלה בארץ ובחו"ל

גופים מממנים או מסייעים במימון

גורמי סיוע התנדבותיים ופילנתרופיים

שטר המטען





"...I can assure you, your order is on the water..."



"...sure, we can do drop shipments..."



“...we sent it by ground..”



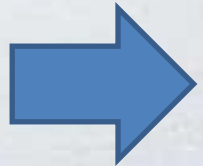












שיווק ואיתור ספקים מקוון ומכוון.
יתרון למתחילים?

המדיה החברתית ככלי לאיתור ספקים, מפיצים והזדמנויות עסקיות



פיתוח עסקי ברשתות החברתיות

- נוכל לקבל חיתוך מדויק על פי מיקום גיאוגרפי, מין וגיל, תפקיד ודרג, תחום פעילות של החברה בה מועסק האדם, גודלה ועוד. <http://www.linkedin.com/search?trk=advsrch>
- היתרון הבולט – הגעה לפלח השוק המדויק בו אנחנו מעוניינים.

תחילה:

• נפתח חשבון LinkedIn.



Home

What is LinkedIn?

Join Today

Sign In

To join LinkedIn, sign up below...it's free!

First Name:

Last Name:

Email:

New Password:
6 or more characters

[Join LinkedIn](#) *

Already on LinkedIn? [Sign in](#)

Save time by using your Facebook account to sign up for LinkedIn

 [Sign up with Facebook](#) *

בשלב הבא:

- ניצור פרופיל משתמש באופן שיווקי.
- מטרת הפרופיל – יצירת רושם ראשוני חיובי ומתן תחושה של איש עסקים אמיתי שעומד שמאחוריו כך שנוכל לייצור קשרים איכותיים ומועילים.
- http://www.linkedin.com/profile/view?id=24238941&trk=nav_responsive_tab_profile

קבוצה

- קהילת משתמשים בעלי מכנה משותף מקצועי או עסקי.
- הקבוצות מאפשרות לקהילות חבריה לפתח דיונים, לשתף רעיונות, לפרסם הודעות ועוד.

קבוצה

- כל קבוצה משמשת כפורום וכל משתמש בקבוצה יכול ליצור קשרים עם משתמשים אחרים מאותה קבוצה, לפרסם הודעות או להגיב עליהן, לשאול ולהשיב על שאלות.
- הודעות ושאלות המתפרסמות בקבוצה נשלחות בדוא"ל לכל משתמשי הקבוצה, בהתאם להגדרות המשתמש, כדי להתעדכן ביעילות רבה יותר.

פיתוח עסקי בעזרת פעילות בקבוצות המקצועיות:

- נאתר קבוצות רלוונטיות לתחום העיסוק שלנו בעזרת חיפוש קבוצות ונצטרף אליהן.
- נעקוב אחרי הפעילות בקבוצה בכדי ללמוד על המגמות בשוק, המחירים בשוק, הלקוחות, הספקים.
- הרשתות החברתיות מספקות לנו "אינפורמציה" שכדאי לנצל לשימוש אסטרטגי ועסקי.

- **טיפ: איתור קבוצות רלוונטיות בקלות – נחפש מישהו שנראה לנו פעיל ובעל אינטרסים דומים, ונראה באילו קבוצות הוא חבר – במידה והן מעניינות נצטרף אליהם.**
- **אם מדינת היעד/מקור ידועה לנו – נוכל לחפש קבוצות עפ"י מדינת היעד.**

:Facebook

נוכל לבצע חיפוש "perishable" ולאתר:

- עמודים עסקיים
- עמודים קהילתיים
- קבוצות
- אנשי עסקים רלוונטיים
- לשים לב לחוקי ההתקשרות – לבקש חברות ואח"כ להתחיל קשר.

נאתר רשתות נישה:

ישנם סקטורים שבהם מופעלת רשת חברתית ספציפית לסקטור.

בדר"כ תהיה מופעלת ע"י מדיה מרכזית באותו סקטור.

כדוגמה ניקח את שוק התוצרת הטרייה:

<http://www.tacler.com/new/index.asp>

<http://www.freshplaza.com/>

ברשתות אלו התקשורת בין החברים בדר"כ יותר מקצועית

וממוקדת.

נאה דורש, נאה מקיים



בתקווה שעכשיו העולם נראה קטן יותר



• www.export.gov.il מכון היצוא

• <http://www.moag.gov.il/agri> משרד החקלאות

• www.agriquality.net

• www.expotrade.co.il

תודה ולהתראות

שפריר גודל – אגריקווליוטי

08-6901690

052-5334022

Shafir@agriquality.net

למדתם ש...

” The art of marketing is the art of branding. If you are not a brand you are a commodity. Then, price is everything and the low-cost producer is the only winner.”

Philippe Kotler

מה הוא גזר?



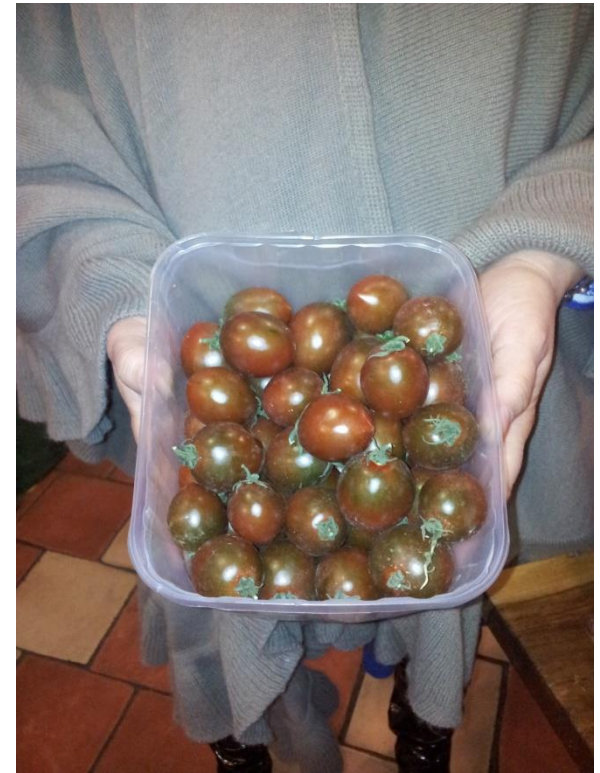
האם עגבנייה היא רק עגבנייה?



ליקופן? אורגני? שרי-תמר?



מחירים	
5 ⁹⁹ ש"ח/ק"ג	בצל ירוק ארוז
5 ⁹⁹ ש"ח/ק"ג	בצל ירוק בחבילה
7 ⁹⁹ ש"ח/ק"ג	חסה לב
12 ⁹⁹ ש"ח/ק"ג	דלעת
11 ⁹⁹ ש"ח/ק"ג	ירקות אורגני
9 ⁹⁹ ש"ח/ק"ג	כרוב סיני









כמה עולה?

- קילו תמרים
- פרח אדום
- קלמנטינה

Ajwa

Kalmi

Medjool

Iranian Shahni

Kurma Tangkai
(Tunisian dates)

Rabbi

Kabkab

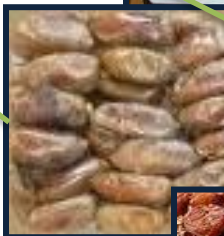
Piarom

Mazafati

Lulu

Zahedi

Sayer



ובהודו?

בישראל בסופרמרקט 30 ₪ לק"ג מג'הול. שווה ערך
ל 450 רופי בקרוב.

בהשוואה ל

1600-1800 רופי לק"ג מג'הול שווה ערך ל 140 ₪
בקרוב.

מתאימים מוצר לצורך

- מהו הפרי הבריא והחטיף הנוח לעבודה?



מהו הפרי האידיאלי לילדים, קטן, בריא, קל לאכילה

