

מכון ציגלמן

רחוב שבדיה 27, חיפה 34980, טלפון: 825 7966 (04), פקס: 825 5434 (04)
דואר אלקטרוני: info@ziegelman.co.il, אתר אינטרנט: www.ziegelman.co.il

שווקי יעד שונים בחו"ל: יש שוני גם באנשי המכירות

כל סטודנט למינהל עסקים יודע, כי יש שוני בין שווקי יעד שונים. זהו שוני בייחוד במאפיינים שלהם שהם מסוג "מאקרו" (macro), כמו גודל השוק, שיעור צמיחה שלו, דרגת התפתחות שלו, או רמת תחרותיות שלו.

אך, בנוסף לשוני זה במאפיינים אלו של השוק, יש לעתים גם שוני רב בין שווקי היעד במאפיינים שלהם שהם מסוג "מיקרו" (micro). אלו הם מאפיינים של התנהגות קניה של לקוחות וגם מאפיינים של צינור השיווק אשר מגיע אל אותם לקוחות.

שוק יעד לדוגמה, אשר דרכו ניתן להמחיש זאת, הוא השוק למכונות הדמיה אשר משמשות לבדיקות רפואיות. אלו הן מכונות צילום (מצלמות) יקרות, כמו מצלמות סי.טי (CT), הנמכרות מטעם יצרניות ענק. המצלמות נמכרות לקופות חולים, לבתי חולים ולקליניקות פרטיות. המכונות מיוצרות בין השאר בארצנו, על ידי חברה רב לאומית.

נשווה בין שלושה שווקים עיקריים למצלמות כאלו: השוק בארצות הברית, השוק בגרמניה והשוק ביפן.

מסתבר, כי השווקים למצלמות אלו הם שונים האחד ממשנהו הן בהתנהגות קניה של המכונות, והן במאפייני המכירה, כפי שזו נעשית על ידי אנשי המכירות של החברה המשווקת אותן.

את התנהגות הקניה של המכונות האלו ניתן לבחון לפי שלושת המאפיינים הבאים:

- 1) משקלן של הקליניקות הפרטיות בתוך שוק היעד
- 2) סוג המכונה הנדרש על ידי לקוחות: מצלמה מתמחה או מצלמה רב גונית
- 3) משקלן של עסקאות מסוג שכר-מכר ("ליסינג") בקניה

ניתן להשוות בין ארצות היעד, לפי מאפיינים אלו, בעזרתה של הטבלה הבאה:

טבלה מס' 1: השוואה בין שלוש ארצות יעד הרוכשות מצלמה רפואית לפי מאפיינים של התנהגות הלקוח.

(ג) יפן	(ב) גרמניה	(א) ארה"ב	
נמוך	בינוני	גבוה	1. משקל הקליניקות הפרטיות בתוך השוק
מצלמה רב-גונית	מצלמה רב-גונית	מצלמה מתמחה, כי יש לקליניקות מחזור מכירה גדול ולכן ההחזר (BEP) של ההשקעה שנעשתה ברכישה של המצלמה מושג מהר: תוך פרק זמן של חצי שנה	2. סוג המצלמה (המכשיר) הנדרש על ידי לקוחות
נמוך	נמוך	גבוה	3. משקל של עסקאות מסוג שכר מכר ("ליסינג") בתוך עסקאות הקניה

הקורא יוכל להבחין, כי השוק האמריקאי מאופיין בהרבה קליניקות פרטיות, ברכישה של מצלמה מתמחה המחזירה את ההשקעה ברכישתה במהירות, ובמשקל גבוה של עסקאות מסוג "ליסינג".

השוק הגרמני מאופיין בכמות בינונית של קליניקות פרטיות, בדרישה למצלמה רב-גונית ובמשקל נמוך של עסקאות מסוג "ליסינג".

לבסוף, השוק היפאני הוא נמצא בקצה השני של ה"ספקטרום" והוא הכי שונה מן השוק האמריקאי: השוק היפאני מאופיין במעט קליניקות פרטיות, בביקוש למצלמה רב גונית (כמו בשוק הגרמני) ובמשקל נמוך מאוד על עסקאות מסוג "ליסינג".

השוני הזה בין שלושת השווקים הוא מתרחב כאשר בוחנים בנוסף את מאפייניהם של אנשי המכירות המוכרים את המצלמות בכל שוק מבין אלו.

אנו נראה שוני במידת הניידות שלהם, בקושי להדריך אותם, בעומק הקשר שלהם עם לקוחותיהם ובמידה בה צריך לצרף אליהם מומחה טכני למוצר בעת ביקורם אצל הלקוח.

נסכם את ההשוואה בין שלושת השווקים בעזרתה של הטבלה הבאה:

טבלה מס' 2: השוואה בין שלוש ארצות יעד הרוכשות מצלמה רפואית לפי מאפיינים של איש מכירות אשר מוכר את אותה מצלמה.

(א) ארה"ב	(ב) גרמניה	(ג) יפאן	
גבוה	בינוני	נמוך	1. מידת ניידות של איש המכירות
קל	קל	קשה	2. קושי להדריך את איש המכירות
רדוד	בינוני	עמוק	3. עומק הקשר של איש המכירות עם הלקוח
נמוכה לא חייבים לצרף מומחה למוצר	בינונית	רבה צריך לצרף מומחה למוצר	4. המידה בה צריך לצרף מומחה טכני למוצר אל איש המכירות, במהלך ביקור אצל הלקוח

מקריאת הטבלה, אנו שוב רואים שוני רב בין השוק האמריקאי, השוק הגרמני והשוק היפאני. השוק האמריקאי מאופיין בניידות גבוהה של איש המכירות, בקלות ההדרכה שלו, בקשר רדוד בינו ובין הלקוח שלו ובעצמאות שלו: אין צורך לצרף אליו מומחה טכני למצלמה הנמכרת על ידיו. השוק הגרמני מאופיין בניידות בינונית של איש המכירות, בקלות, כמו בשוק האמריקאי, בה ניתן להדריכו, בעומק בינוני של קשר בין איש המכירות לבין הלקוח, ובצורך בינוני בלבד לצרף מומחה טכני לאיש המכירות.

לבסוף,

השוק היפאני מאופיין בניידות נמוכה של איש המכירות, בקושי רב להדריכו, בקשר עמוק בינו ובין הלקוח שלו... בצורך רב להוסיף לו מומחה טכני למוצר בעת ביקורו אצל הלקוח.

הכותב הוא מנכ"ל של מכון ציגלמן לחקר השיווק וכן, מדריך מיטיבי הלכת באגודת חובבי הטבע-חיפה. ישראל הוא כלכלן, משפטן, מוסמך למינהל עסקים ומומחה לחקר שווקים.

פורסם בניו-לטון, של המרכז הישראלי לניהול המי"ל-מייל, ב- 28.3.2007