



NÉVJEGY

Cégnév:	Blázek és Anni Kft.
Székhely:	Pécs
Ágazat:	Bőrdíszműipar
Cégalapítás dátuma:	1993
Exporttevékenység kezdete:	1995
Árbevétel 2013-ban:	166.151 eFt
Export 2013-ban:	Termékeik 70 %-át az exportpiacokon értékesítették
Legfontosabb exportpiacok:	Ausztria, Németország, Olaszország, Franciaország, USA

Hagyomány, fiatalos lendülettel

Exportkalauz Példatár – Blázek és Anni Kft.

A Blázek és Anni Kft. egy csaknem száz éves múltra visszatekintő bőrdíszműgyártással foglalkozó társaság tradícióit folytatja ma is. A hajdani kézműves mesterekhez hasonló szakmai hozzáértéssel, igényességgel dolgoznak, ugyanakkor az üzletmenetüket teljes mértékben a legmodernebb piaci elveknek megfelelően alakították át. Az átszervezéssel és a nemzetközi üzletfejlesztéssel kapcsolatos tapasztalatait Kamu János, a cég ügyvezető igazgatója osztotta meg velünk.

A pécsi székhelyű, 1993-ban alapított Blázek és Anni Kft. minőségi bőrtáskák gyártására specializálódott. Termékeik a tervezéstől a gyártásig 100 %-ban Magyarországon készülnek, a manufakturális gyártási hagyományoknak megfelelően egyedi kézimunkával és kissorozatú gyártással. Jelenleg két telephelyen 32 főt foglalkoztatnak.

Táskáikat pécsi központi telephelyükről forgalmazzák. Az egyéni vásárlók a cég közel 150 kiskereskedelmi üzlettel rendelkező partnerénél találkozhatnak kínálatukkal, vagy webáruházuk árukészletéből is rendelhetnek.

A Blázek & Anni márka a hazai és a nemzetközi piacokon is egyre népszerűbb. További üzletágaik: bér munka szolgáltatást nyújtanak igényes megrendelők számára, valamint más társaságok által gyártott minőségi termékek kereskedelmével is foglalkoznak.

„Újratervezett” tradíció



Az üzleti bőrtáskák sajátos stílusát képviselő Blázek és Anni Kft-t Kamu János és munkatársai 2008-ban vásárolták meg. Nagy energiával, profizmussal és fiatalos lendülettel alakították át a vállalkozást, új termékekkel és nemzetközi partnerekkel erősítve hírnevüket.

Saját gyártású termékeiket három termékvonalban állítják elő: hagyományos vonalvezetésű, rusztikus anyagokból készülő klasszikus táskákat (Classics); innovatív ötleteket, különleges vonalvezetést, variálható kialakítást ötvöző táskákat (New Age), továbbá exkluzív megjelenésű, összeillő táskákat és cipőket készítenek.

Hosszú távú céljuk a saját gyártású, hivatali-üzleti jellegű bőrdíszmű termékek magas minőségben történő előállítás, a funkcionalitás, innováció és design ötvözése, a hosszú élettartam garantálása. Célpiacuk: a hivatali-üzleti élet igényes közreműködői, közép- és felsővezetők.

– Tíz éve dolgozom a Blázek és Anni Kft-nél – mesél Kamu János a kezdetekről – így jól ismertem a cég működését, amikor 2008-ban megvásároltam a tulajdonosoktól. Ahhoz, hogy a vállalkozás fenn tudjon maradni és sikeressé válhasson a nemzetközi piacokon, teljes átszervezésre volt szükség. Az üzleti-szervezeti változtatások valamennyi területet érintették, pl. a marketinget, a pénzügyeket, a marketingkommunikációt. Erősítettük a reklám-, pr-, direkt marketing- és online marketingtevékenységünket. Azóta tudatosan tervezzük és hajtjuk végre a stratégiánkat.

A változtatások eredményeként növelni tudtuk exportbevételeinket, és több Európában igen elismert cég (Mika Lederwaren, Schluga Koffer, Shalimar Lederwaren, Ludwig-Reiter Manufactur, Meindl GmbH, Hey-Mr GmbH, Landleder GmbH) kizárólagos képviselőjét is elnyertük. Bérnyártás szolgáltatásunkkal szintén kiváló referenciákat szereztünk, a partnereink közé olyan neves világcégek tartoznak, mint pl. a BMW, a Porsche, a francia Carven, vagy a feltörekvő hazai divatmárka, a Nanushka.

Igényes megrendelőink számára kizárólag a legmagasabb minőséget szállítottuk, gyorsaságunkat és megbízhatóságunkat egyaránt értékelték. Ezekkel a cégekkel egyébként nem mi vettük fel a kapcsolatot, hanem ők találtak meg minket, ill. a már meglévő partnereink ajánlottak bennünket nekik.

Exportpiacokban kell gondolkodni

– Fontosnak tartjuk a hazai piacot, közel 150 kiskereskedővel tartjuk a kapcsolatot, de az árbevételünk nagyobb része az exportból származik. A saját gyártású termékeink 70 %-át az exportpiacokon értékesítjük. A Blázek és Anni Kft. már akkor is exportált, amikor a céghez kerültem. Véleményem szerint amikor egy vállalkozás hosszú távú tervezést végez, akkor alapvetően az exportpiacokban kell gondolkodnia.



Exportpartnereinket vegyes csatornákon keresztül találtuk meg. A válság óta most először fellendülés tapasztalható, abban a szerencsés helyzetben vagyunk, hogy a vevők jönnek hozzánk. Általában a honlapunk alapján, vagy valamelyik partnerünk közvetítésével jutnak el cégünkhöz. Nagykereskedők bevonásával forgalmazzuk termékeinket és képviselőink is vannak. Most építjük orosz képviselőtünket – nagy várakozással nézünk elébe, hiszen ez egy hatalmas piac. Az exporttal kapcsolatos ügyek intézésével jómagam foglalkozom a cégen belül, angol és orosz nyelvtudásomat hasznosítva.

Hosszú távú céljaink között szerepel, hogy minél többet termeljünk a külpiacokra. Kizárólag magas minőségű termékekben gondolkodunk, nem versenyzünk az olcsó árakkal. Körültekintő tervezéssel elkerülhetők a buktatók: figyelni kell pl. márkanevéhamisításra, és azt is érdemes ellenőrizni, fizetőképese-e a vevő.

Célunk, hogy minél többet termeljünk az exportpiacra. Olyan magas színvonalú termékekkel jelenünk meg a világpiacon, amit Kínában és Indiában nem lehet megrendelni. Az olcsó áruk dömpingjével nem versenyzünk, árversenyben sem veszünk részt.

Szakmai kapcsolat és elismerés

– Cégünk a Pécs-Baranyai Kereskedelmi és Iparkamara tagja. Tényleg nagyon sokat segítenek nekünk: a partnerek felkutatásában, a partnerkapcsolatok kiépítésében, üzleti tanácsadással, marketingtanácsadással. Minden olyan területen számíthatunk rájuk, ami kapcsolódik az üzletünkhöz. A kamara szolgáltatásaival eredményesebben építhetjük nemzetközi kapcsolatainkat.

A Blázek és Anni Kft. teljesítményét, hagyományra épülő minőségét nem csak a vevőink és partnereink értékelik, hanem a szakma és a vállalkozói környezet is. Három éve elnyertük a „Baranya Megye Vállalkozása 2011” megtisztelő címet, amit a baranyai Príma-díj átadási ceremóniája keretében vehettünk át.

Jó tanácsok kezdő exportőröknek Kamu Jánostól

- Gondolja át, kinek és mit akar eladni, melyik piaci szegmensnek, milyen feltételekkel, milyen csatornákon keresztül
- Tervezze meg alaposan a marketing-mixet, azaz koncentráljon a termék- és árpolitikára, az értékesítésre és a promócióra
- Számoljon a kockázatokkal és próbálja elkerülni a buktatókat, pl. ellenőrizze, fizetőképese-e a potenciális vevői



Projektszemlélet az exportban

A Blázek és Anni Kft. tudatos bel- és külföldi piaci tevékenységet folytat. A 2015. évi üzleti tervük - amelyben az exporttal is foglalkoznak – 2014 decemberében elkészül. Már január végére üzletágakra lebontott nyers mérleggel rendelkeznek majd az előző (2014.) évről - és ez 2008 óta minden évre jellemző.

A piaci információkat kiállításokon, kamarai adatbázisokból és partnereiktől, vevőiktől szerzik meg. Termékeik forgalmazásához partnereket, ügynököket, nagykereskedőket és képviselőket keresnek.

A végfelhasználói piacot nem kutatják, mivel a vevők elvárásait az előbb említett üzleti partnerek közvetítik feljűk. Tudatosan szervezik a marketingjűket, az exportcélból és a piacból kiindulva tervezik meg a gyártást. Komoly figyelmet fordítanak a visszacsatolásra.

Terveiket, elképzeléseiket a vásárlók véleménye legalább 80 %-ban (!) befolyásolja. Időnként saját kutatást is végeznek a Survey Monkey-val. Reklámnyagaikat professzionális ügynökséggel készítetik el, a Monocle online magazinban hirdettek.*

**Survey Monkey: online felmérésekre specializálódott, díjmentes és díjköteles felhő alapú szolgáltatásokat kínáló cég*

Nézzon utána az Exportkalauzban!

Hogyan tervezzük meg a piacra lépés folyamatát az exportstratégiában? A válasz megtalálható az [Exportkalauzban](#).

A Blázek és Anni Kft-hez hasonlóan a kezdő exportőröknek is érdemes tudatos tervezéssel alakítaniuk exportstratégiájukat. Ezen belül fontos végiggondolni és lehetőleg írásban rögzíteni azt, hogy hogyan kíván a cég piacra lépni a célországban.

Ahhoz ugyanis, hogy meghatározhassuk, hogyan kívánjuk elérni a pénzügyi és értékesítési célokat, végig kell gondolnunk a piacra lépés teljes folyamatát.

Az Exportkalauzban részletesen foglalkozunk a fenti kérdéssel is, gyakorlati útmutatónk segítségével a kezdő exportőr egyszerűen elvégezheti a pozicionálást és a szegmentálást, majd összeállíthatja a leghatékonyabb marketing-mixet.



Készítette a Business Provider Group Kft. a Magyar Kereskedelmi és Iparkamara megbízásából, a Nemzetgazdasági Minisztérium támogatásával.

@2014 Business Provider Group Kft.