

Distribütör Arama Playbook

Distribütör adaylarını tanımlama, tarama, ilk temas, toplantı, doğrulama ve performans kriterleriyle seçme rehberi.

İdeal distribütör profili

- Hedef sektör, müşteri tipi, coğrafi kapsama ve teknik servis kabiliyetini tanımlayın.
- Portföy çakışmasını ve rakip marka ilişkilerini kontrol edin.
- Sadece büyük firmalara değil, doğru müşteri erişimine sahip uzman distribütörlere de bakın.

Ön eleme

- Ticaret sicili, web sitesi, referanslar, ekip büyüklüğü ve pazar görünürlüğünü kontrol edin.
- İlk iletişimden önce neden bu firmayla görüşmek istediğinizi netleştirin.
- Tek bir kaynaktan gelen şirket bilgisine güvenmeyin.

Toplantı ve teklif

- Toplantı gündemini, hedefleri, örnek ürünleri ve sonraki adımı önceden belirleyin.
- Fiyat konuşmadan önce hacim, müşteri segmenti ve satış modeli üzerinde mutabakat arayın.
- Münhasırlığı ölçülebilir KPI ve minimum performans şartlarına bağlayın.

Önemli not

Bu rehber genel bilgilendirme ve çalışma planlaması amacıyla hazırlanmıştır. Ürün, ülke, vergi, gümrük veya sözleşme bazlı kararlar için güncel resmi kaynaklar ve yetkili uzmanlar ayrıca kontrol edilmelidir.

Kaynak yönlendirmeleri: T.C. Ticaret Bakanlığı, European Commission Access2Markets, WTO, ICC, WCO ve ITC gibi resmi/kurumsal ticaret bilgi kaynakları.