

Cesta z krize: Vývozci našli nové odběratele

Někteří exportéři dokázali uchopit pokles poptávky během koronakrize jako výzvu. Výrobce obalů Lajk Pack nebo producent nábytkových hran a lepidel Hranipex našli rychle v zahraničí nové zákazníky.

Místo aby jen čekali na dotace nebo planě hořekovali nad nepřízní osudu, mnozí vývozci přistoupili k řešení obchodních důsledků koronaviru aktivně. Upravují výrobní program, hledají ve světě nové zakázky.

Příkladem je třeba rodinná firma Lajk Pack ze Zlínského kraje. Ta se zabývá zakázkovou výrobou a dodávkami lepenkových krabic a dalších obalů. V době koronakrize se ovšem jako řada dalších českých firem potýkala s poklesem poptávky. Snažila se k celé situaci

přistoupit pragmaticky a hledala způsoby, jak se s poklesem vypořádat. Tým pracovníků proto zareagoval na aktuální potřebu trhu a během krátké doby navrhl a začal vyrábět vlastní roušky z filtračního materiálu.

Tým pracovníků zareagoval na aktuální potřebu trhu a během krátké doby navrhl a začal vyrábět vlastní roušky z filtračního materiálu.



Firma Lajk Pack vyrábí lepenkové krabice a další obaly.

Přitom se obchodní manažerka Lucie Krčmová rozhodla hledat nové odbytové možnosti v zahraničí, a to i přesto, že firma prozatím dodávala své produkty výhradně na český trh a neměla s exportem žádné zkušenosti. „Zaujala nás poptávka nábytkářské firmy z Rakouska na portálu BusinessInfo.cz, o které jsme se dozvěděli z newsletteru CzechTrade denně,“ říká Lucie Krčmová.

S žádostí o spolupráci se pak obrátila na zahraniční kancelář CzechTrade ve Vídni. „Propojili jsme firmu s rakouským výrobcem nábytku, který aktuálně potřeboval nového dodavatele obalových materiálů,“ uvádí Julie Havlová, ředitelka zmíněné vídeňské zahraniční kanceláře CzechTrade.

V RAKOUSKU BYLA PRO LAJK PACK VÝHODOU NĚMČINA

Rakouský zákazník si pochvaloval rychlou komunikaci a po upřesnění specifikací se podařilo dohodnout zkušební objednávku krabic. „Věříme, že rychlá komunikace, krátké termíny dodání a kvalitní zboží dokáže oslovit vedle regionálních i zahraniční zákazníky. Rakouský trh je pro nás i z důvodu dostupné vzdálenosti zajímavý. Doufáme, že tato první exportní zakázka bude naší dobrou referencí pro další obchody,“ doplňuje Lucie Krčmová.

V tuto chvíli má firma rozjednané i další poptávky. Hlavní výhodou je vedle cen českých obalů i to, že zástupci firmy jednájí se zákazníkem v němčině. Společnosti Lajk Pack se tak podařilo úspěšně vykročit do světa exportu navzdory době, která je pro mnoho firem těžkou zkouškou.

„CzechTrade nás podporuje po celou dobu naší cesty k exportu, za pomoci kanceláří ve Vídni a v Düsseldorfu jsme připravili cenovou nabídku na několik zakázek na krabice pro rakouské a německé zákazníky. V době koronavirové krize jsme díky bezplatné akci vyhledávání obchodních kontaktů oslovili distributory roušek



Foto: Hranipex



Velkou centrálu má Hranipex u Humpolce, vyrábí tam nábytkové hrany, lepidla a čistidla.

ve Španělsku, Rakousku a Německu. Ráda se také účastním online seminářů o obchodování s cílovými zeměmi,“ pochvaluje si spolupráci s CzechTrade Lucie Krčmová.

HRANIPEX ZAČAL V GARÁŽI, DNES JE V 65 ZEMÍCH SVĚTA

Na koronavirus dokázala proaktivně zareagovat také humpolecká společnost Hranipex. Ta je názorným příběhem úspěchu novodobé české firmy. Její historie se začala psát před 26 lety klasicky v garáži o ploše šesti metrů čtverečních. Dnes je tatáž společnost z Humpolce nadnárodním hráčem. Od skromných začátků vyrostla v předního evropského výrobce a distributora nábytkových hran i souvisejících produktů. „Úspěšně jsme se etablovali na většině evropských trhů, zejména prostřednictvím našich 12 poboček po celé Evropě, které se mimo Českou republiku nacházejí

také v Německu, Velké Británii, Francii, Rakousku, Polsku, na Slovensku, v Maďarsku, Rumunsku, Litvě, na Ukrajině a v Bělorusku,“ vypočítává exportní teritoria Ondřej Krátký, product and marketing manager společnosti.

Hranipex dodává svým zákazníkům široké portfolio produktů, především nábytkové hrany, lepidla a čističe. Nabídku rozšiřuje díky dlouholetým zkušenostem v oblasti olepování. Jeho obchodní síť neustále roste a dnes exportuje do více než 65 zemí světa.

BĚHEM KRIZE OBJEVILI NOVÝ TRH: TURECKO

Koronavirová pandemie ale styl obchodu dočasně změnila. V mnoha

Rozhodli jsme se využít příležitosti na trzích, jež jsou pro nás nové.

zemích nebylo možné fyzicky navštěvovat zákazníky. Nebylo možné vycestovat tam ani zpátky a krátkodobě se zkomplikovalo také překračování hranic pro nákladní dopravu. Byly též zrušeny téměř všechny mezinárodní veletrhy a výstavy, kterých se firma pravidelně účastní. „My jsme však naštěstí reagovali ještě před vypuknutím pandemie. Dostatečně jsme se předzásobili surovinami a přijali jsme přísná hygienická opatření jako jedna z prvních firem, a to včetně měření teploty všem, kdo vstupují do areálu, a zevrubné dezinfekce prostor uvnitř firmy. Včas jsme se také zásobili rouškami, dezinfekcí a dalšími prostředky osobní ochrany pro naše zaměstnance,“ uvádí Zuzana Drápelová, marketing manager Hranipexu.

Nicméně i přes všechny včasné kroky zaznamenal i Hranipex propad poptávky, zejména v zemích více zasažených koronavirovou krizí. „Proto jsme se rozhodli využít příležitosti na trzích, jež jsou pro nás nové. Jedna z takových se nám naskytla i v Turecku, kde jsme opětovně využili služeb CzechTrade. Tentokrát služeb kanceláře v Istanbulu, která nám pomohla v oblasti odborného a procesního poradenství v souvislosti s tureckým obchodním prostředím. Již dříve jsme s agenturou CzechTrade spolupracovali v rámci připravované obchodní expanze například v oblasti obchodního práva v Jižní Americe,“ připomíná Ondřej Krátký. x (red)