

רוצים להצליח בסין לאורך זמן? הכירו את המודל הייחודי של PTL Group - China

בין אם מדובר בחברת סטארט-אפ קטנה ובין אם מדובר בחברה טכנולוגית ותיקה וגדולה יותר, הפעילות בשוק הסיני היא תמיד אתגר. כדי להצליח במהלך שכזה כדאי להכיר את PTL Group - China, המסייעת לחברות ישראליות רבות בפתרונות עסקיים, פיננסיים ותפעוליים הנדרשים להצלחה בשוק הסיני // שחר בן-פורת



הנהלה הישראלית של PTL GROUP - CHINA. במרכז: צבי שלגו, מייסד החברה; משמאל: אריה שרייך, מנכ"ל החברה; מימין: מפי פירנקל, מנהל המשרד בישראל

שלושים השנים שעברו מאז שנפתחה סין אל המערב, חברות רבות ניסו להיכנס לשוק הסיני אך לא הצליחו בכך. ובצדק ניסו. גודלו של השוק הסיני, קצב צמיחתו, והביקוש הרב שיש בו למוצרים ולשירותים חד-שניים, הופך אותו לאחד השווקים האטרקטיביים ביותר עבור חברות ישראליות ובינלאומיות המחפשות להתרחב לשווקים חדשים. אולם, בין אם מדובר בחברות ישראליות קטנות יחסית או בחברות בינו-לאומיות גדולות, כולן מגלות במורד קדם או במאוחר כי השוק הסיני שונה מאוד מהשווקים האחרים המוכרים לנו.

למשל הקצב שבו מתקדמים הדברים. התרבות העסקית הסינית, בשונה מהמערבית, מבוססת על התפתחותם של קשרים עסקיים לאורך זמן, כאשר התהליך נעשה במתינות, צעד אחר צעד. על מנת להצליח בתהליך כזה על החברה המבקשת לחדור לשוק הסיני להיערך בהתאם: עליה ללמוד את השוק ואת הקודים העסקיים המקומיים, לגייס צוות מקומי, ולבנות באופן הדרגתי רשת קשרים וערוצי הפצה בסין.

לפני 20 ו-30 שנה השוק הסיני היה בנחיתות טכנולוגית ביחס למערב, וחברות זרות שהציעו מוצר טכנולוגי מתקדם התבלטו בו מאוד ונהנו מהעדר תחרות מקר-מית. מציאות זו השתנתה לחלוטין. השוק הסיני התפתח והשתכלל מאוד, יכולות הפיתוח של החברות הסיניות השתפרה משמעותית, ומוצרים ושירותים רבים שבעבר לא היו קיימים בסין מוצעים כיום במלואם על ידי חברות סי-

ניות ובינלאומיות. המשמעות היא תחרות אגרסיבית ההופכת את ההתנהלות בשוק הסיני למורכבת מאי פעם. במילים אחרות, כיום אין די בטכנולוגיה מתקדמת בכדי לבסס יתרון מכריע מול מתחריים, לנוכחות מקומית וגמישות תפעולית יש משמעות קריטית. **ההנחה שהשענות על שותפים מקומיים, כפי שעושים בארצות הברית או באירופה תצליח בהכרח גם בסין, התבררה שוב ושוב כמוטעית.**

הקמת נוכחות עצמאית של חברות ישראליות בסין

חברות ישראליות רבות מנסות לחדור לשוק הסיני ולעשות בו את צעדיהם הראשונים באמצעות חב"י רה לשותף מקומי. אך צביקה שלגו, מייסד חברת PTL Group - China, מספר כי מהלך זה לרוב אינו מצ-

ברות ישראליות עלויות, זמן יקר וסיכונים ניהוליים בתהליך החדירה לשוק הסיני.

השירותים ש-PTL Group מספקת בסין כוללים גיוס, העסקת קה וניהול עובדים בסין, הנהלת חשבונות, ניהול אשראי וניהול פיננסי, לוגיסטיקה ותשתיות הפצה, שירותי שיווק, הקמה וניהול של קווי יצור ומפעלים, שטחי משרדים משותפים ועוד. השירות מותאם לשלבים שונים של פעילות החברות בסין, החל ממגוון שירותים לפני הקמת ישות בסין, עבור דרך סיוע בתהליך הקמת חברה מקומית, וכלה בתמיכה תפעולית שוטפת בחברות שכבר פעילות בסין ומעור-ניינות לייעל תהליכים.

בשנים האחרונות החברה מבצעת גם פרויקטים של הבראת חברות בינלאומיות שפעילותן בסין

נקלעה לקשיים, ובמקרה הצורך אף מסייעת בפירוק שותפות קיימת בין חברה זרה לחברה סינית.

ביטחון המאפשר הצלחה בשלבים שונים של החדירה לשוק הסיני

PTL Group פיתחה מודל שירותים ייחודי שאין לו מתחרים בתחום, תולדה של ניסיון רב והתמחות בניהול חברות בינלאומיות בשוק הסיני. במהלך 18 שנות פעילותה ביצעה החברה למעלה מ-150 פרויקטים עבור חברות טכנולוגיות בינלאומיות וביניהן החברות הישראליות: Tower Jazz, Matrix Global, Solcon, Afimilk, CGW, MotoRad, Radware, Leverate, Polyram, Scodix, Kornit Digital, Tuttnauer, Plataine, Inneractive, Screemo, ACS, STI, Enverid ו-Kramer Electronics.

תמורה ניכרת שחלה בשוק הסיני קשורה לחברות סטארט-אפ. "יש כיום שיפור עצום ביכולת של סטארט-אפים ישראלים לחדור לסין בשלב מוקדם יחסית", מספר שלגו. "הניסיון הרב שצברנו בסין מאפשר לנו להציע היום פתרונות ייחודיים לחברות צעירות וחדשניות, ובהם תוכנית הכשרה מזורזת למנהלי סטארט-אפים לקראת הכניסה לשוק הסיני".

PTL Group - China מסייעת לחברות בשלבים שונים של החדירה לשוק הסיני, בשני אופנים עיקריים. האחד הוא ליווי החברה בשנים הראשונות לפעילותה בסין עד לבניית התשתית הניהולית והתפעולית לה היא זקוקה כדי להקים ישות עצמאית או לחבור לשותף אסטרטגי. השני הוא ליווי לטווח ארוך, במסגרתו החברות שכבר פועלות באופן עצמאי נע-

זרות בשירותים של PTL Group על מנת לחסוך בעלויות, בסיכונים ובזמן. "התמיכה התפעולית שלנו מאפשרת לחברות להגיע לרמה גבוהה של פעילות בשוק הסיני תוך שהן נהנות מהביטחון שאנו מספקים להן", מספר שלגו. **"חברה הרוצה למכור בסין בהצלחה לאורך זמן, צריכה להקצות משאבי ניהול משמעותיים לשוק הסיני, לגייס צוות מכירות ותמיכה מקומי, לבנות בהדרגה רשת קשרים וערוצי הפצה בסין ולבסס תשתית עסקית שתאפשר לה שליטה וצמיחה עתידית. בגלל המרחק הפיזי והתרבותי מדובר בתהליך שלוקח שנתיים-שלוש לפחות, וקשה עד בלתי אפשרי לעשותו ללא סיוע מקצועי".**

לפרטים נוספים: www.ptl-group.com
mepl@ptl-group.com, 052-4585726

ליח, והוא מסביר מדוע: "בשותפות כזו יש סכנות גדולות, שכן היא מבוססת על יחסים א-סימטריים בין חברה ישראלית קטנה במושגים סיניים לבין חברה סינית גדולה, שמביאה את הכסף, את הידע או את יכולת השיווק בסין. יחסים מסוג זה הם מאוד בעייתיים, ולכן הם אינם מומלצים בשלב הראשון. "טעות קריטית שחברות יש-ראליות עושות בתחילת דרכן בסין, היא לתת לשותף מקומי בלעדיות על השיווק בשוק הסיני. סין עצומה בגודלה, וכדי למצות את האפשרויות יש צורך במספר רב של ערוצי הפצה שישווקו את המוצר ברחבי המדינה ואף יתחרו אלה באלה.

"כדאי ליצור שותפויות מקומיות עם גורמי הפצה רק אחרי שהחברה כבר פועלת עצמאית בסין, כשיש ב

לה צוות מקומי מקצועי והמוצר עבר התקנות ראשונות בהצלחה. צוות זה יעניק לחברה ידע על השוק ממקור ראשון, ובהמשך גם יכולת משא ומתן ופיקוח מול שותפים עסקיים. **החשיבות הגדולה של הקמת נוכחות עצמאית בסין בתחילת הדרך - לפני שנקשרים לגורמים מקומיים הוכיחה את עצמה לאורך השנים".**

כאשר שלגו אומר "לאורך השנים", הוא מתכוון ל-18 השנים מאז הקים את PTL Group - China. החברה מספקת לחברות בינו-לאומיות מערך שירותים חיוניים המותאם לשלבים שונים של פעילותן בשוק הסיני, ובכך מאפשרת להן לבסס פעילות באופן עצמאי, ללא שותף מקומי ואף ללא צורך בהקמת חברה מקומית. מדובר בפלטפורמה עסקית החוסכת לח-