

Екатерина Николаева **Страхуйте все договоренности: как работать с партнерами из Мексики**

Саморазвитие · Гибкие навыки
Инструкции 2Б Диалог

Далекая Мексика открыта всему новому и заинтересована в иностранных партнерах. Поэтому к этой стране точно стоит присмотреться, если хотите расширить бизнес. Рассмотрим, чем деловая культура мексиканцев отличается от нашей и как с ними сблизиться



Фото: Shutterstock

За последний год сильных негативных изменений в отношении к русским в Мексике не произошло. Россия находится очень далеко как на карте, так и в мыслях мексиканцев. Конфликт, который происходит на другом конце мира, не тревожит страну так, как отношения с США и иными соседями по континенту, проблема иммигрантов и наркотрафика, а также странности нынешнего президента-популиста.

Однако иногда предприниматели из России могут столкнуться с мексиканскими компаниями, которые не захотят работать с ними. Проблемы такого рода могут возникнуть с международными концернами, которым «спускают» кодекс поведения из головного офиса. С этим сталкиваешься редко, да и альтернатив много. Если стучаться сразу в несколько дверей, то есть искать партнерские бизнес-отношения в разных компаниях, то всегда можно найти подходящий вариант. Так что это не проблема.

Какой бизнес идеально подойдет для Мексики

Мексика входит в топ-15 стран мира по уровню ВВП и численности населения. Рынки сбыта, потребления и услуг развиты очень хорошо, однако, на мой взгляд, инновации — это то, чего в Мексике не хватает. Местные компании уделяют мало внимания

инвестициям, исследованиям и продвижению в области инноваций. Они рассуждают следующим образом: «То, что есть, хорошо работает и приносит доходы. Зачем рисковать и что-то менять?»

Например, банковские услуги в Мексике находятся на уровне российского 2015 года. Буквально несколько лет назад появилась функция перевода денег по номеру телефона, нет мобильных приложений для инвестиций. Apple Pay стал доступен в 2021 году, о бесконтактной оплате в терминалах магазинов многие не знают до сих пор, хотя карточки и терминалы с такой функцией появились лет пять назад.

На мой взгляд, российский бизнес намного более гибок и открыт новым идеям, мы успешно реализуем свои проекты в других странах. В марте этого года команда «Гинькофф» объявила о том, что рассматривает возможность выхода на мексиканский рынок. Их конкурентные преимущества перед мексиканскими банками-динозаврами очевидны.

Российским предпринимателям, которые планируют выходить на рынок Мексики, необходимо изучить нишу, в которой они собираются работать, заказать маркетинговые исследования, сформировать свое уникальное торговое предложение. Необходимо также привезти неплохой капитал и начать искать бизнес-партнеров и персонал, знакомый с местным менталитетом. Если бизнес-идея свежа и оригинальна, Мексика обязательно ее примет и полюбит.

Жители этой страны проявляют искренний интерес ко всему иностранному. В деловых и дружеских кругах у вас обязательно поинтересуются, как вы попали в Мексику, нравится ли она вам, поделятся своим скудным лексическим запасом из пары слов на русском языке и помогут с вашим плохим испанским. Кроме того, мексиканцы очень внимательны к деталям и открыты.

В чем отличие от российского бизнес-менталитета

Говоря о мексиканской деловой культуре, я бы выделила четыре ее основные характеристики:

- личные отношения;
- строгая иерархия;
- статусность;
- неторопливость.

Строгая иерархия и статусность хорошо знакомы российскому бизнесу, а вот с личными отношениями и неторопливостью могут возникнуть проблемы.

Личные отношения играют важную роль до такой степени, что впечатление, которое вы производите, и уровень отношений с местными коллегами могут перевесить ваше деловое предложение. Другими словами, его могут принять только потому, что вы интересный человек, показавший свои знания в определенной области и свой статус в бизнес-кругах, а не из-за того, что ваше предложение — одно из лучших. Поэтому стоит тратить личное время на общение с потенциальными бизнес-партнерами, принимать приглашения на барбекю и не отказываться от знакомства с их семьями.

Открытые проявления эмоций очень распространены и даже рассматриваются как признак активной вовлеченности. Если ваш мексиканский партнер становится эмоциональным во время встречи, обычно это свидетельствует о его заинтересованности.

Будьте дружелюбными и открытыми, персонализируйте каждое предложение, объясняя, какую пользу оно может принести конкретной компании, а также Мексике в целом. Используя эту тактику, вы сможете расположить к себе ваших партнеров намного лучше, чем приводя сухие цифры и факты.

Неторопливость — это еще одно отличие российского менталитета от мексиканского и латиноамериканского. Мексиканцы, как правило, имеют более свободное чувство времени по сравнению с другими странами. Они могут опоздать на встречу с вами, и это не должно быть воспринято как неуважение. Потенциальные клиенты и партнеры долго не будут делать окончательный выбор, и лучше воздерживаться от озвучивания быстрых решений, чтобы не показаться слишком поспешным. Кроме того, следует избегать жестких продаж, тактики давления и конфронтации, поскольку мексиканцы ценят постепенное построение отношений и гармонию.

Поскольку личные отношения очень важны в мексиканских бизнес-кругах, приготовьтесь часто обедать и ужинать с деловыми партнерами, на это следует заложить бюджет. Деловые встречи, как правило, занимают больше времени, чем было запланировано изначально. Вы необязательно будете говорить только о бизнесе, поскольку встречи рассматриваются как возможность свободного обмена информацией и идеями.

Хорошее владение испанским очень желательно. Это не только покажет ваш интерес в успешной реализации совместных проектов, но и вашу заинтересованность в том, чтобы «говорить на одном языке». Мексиканцы это ценят. Конечно, знание английского языка — это для них проявление статусности, но нельзя с уверенностью сказать, что все ваши мексиканские деловые партнеры будут свободно им владеть.

Самый главный совет, который я хотела бы дать российским предпринимателям: работая на мексиканском рынке, страхуйте свои договоренности. Это касается и финансовых отношений с клиентами, и поставок продукции в случае утери или кражи. Страхование поможет вам оставаться на плаву, если вы допустите ошибку в суждениях относительно мексиканских реалий и отношений с мексиканцами.

Как продуктивно общаться и взаимодействовать с мексиканцами

Сократите дистанцию. Трудно закрыть продажу, если в Мексике нет команды, представляющей компанию. Клиенты и партнеры обычно звонят по местному номеру телефона и хотят получать ответы в любое время. Нужно всегда быть на месте, чтобы немедленно решить любую проблему. Это позволит завоевать доверие мексиканцев. В моей практике была ситуация, когда для одного из наших российских клиентов я была единственным человеком, который физически находился в Мексике. И мне могли позвонить все: от бухгалтера мексиканской компании-партнера до ее генерального директора. Мексиканцам очень важно личное общение, учтите это при планировании своей работы.

Не надейтесь на отказ. В большинстве случаев в Мексике считается невежливым прямо говорить «нет». Поэтому во многих случаях ваши партнеры могут сказать, что «вернутся к вам позже», не дав конкретного ответа. Если бизнес-проекты задерживаются, это означает, что они, скорее всего, никогда не воплотятся в жизнь. Иногда это довольно трудно объяснить российским клиентам. Поэтому умение читать между строк становится очень важным в современном мексиканском бизнес-сообществе.

Позаботьтесь о скорости и клиентской поддержке. Если ваша компания относится к промышленному сектору, настоятельно рекомендую иметь в Мексике техническую

команду, которая может лично решить любые технические вопросы клиентов менее чем за 24 часа. Хорошо иметь и склад с запасом продукции, чтобы была возможность ее поставки здесь и сейчас. У одного из наших клиентов количество сотрудников в отделе технического обслуживания не меньше, чем в отделе продаж. Если вы можете дополнительно предоставить пост-обслуживание продаж, подкрепленное клиентской службой, с вами будут сотрудничать охотнее, чем с компанией, которая продала товар, а затем исчезла.

Всегда имейте запасной план. Никогда не знаешь, как может повлиять на бизнес сложившаяся геополитическая ситуация. Может внезапно оказаться, что договоренности уже достигнуты, но мексиканский партнер обнаружил в них «российский след», и в последний момент захотел все отменить. Неприятно, но такое возможно. Поэтому лучше иметь несколько альтернатив.

Например, у одного из наших корпоративных клиентов, который экспортирует товары из Мексики в страны Латинской Америки, несколько месяцев назад логистическая компания отказалась брать продукцию на борт судна, потому что фирма связана с Россией. Товар был застрахован на случай задержки, а клиентом были заранее установлены контакты с другими логистическими компаниями. Поэтому проблему успешно решили.

Об авторах



Екатерина Николаева,
директор представительства
«Консалтинговой компании
«2 Б Диалог» в Мехико

Точка зрения авторов, статьи которых публикуются в разделе «Мнения», может не совпадать с мнением редакции.

Дата публикации: 16.05.2023

Подробнее на РБК:

<https://pro.rbc.ru/demo/645bb9999a7947c3725173b5>