

Geschäftsanbahnungen im arabischen Raum unter Berücksichtigung mentalitätsspezifischer Gesichtspunkte

I. Die arabische Geschäftsmentalität

- Die Uhren gehen anders: Nehmen Sie sich Zeit bei der Reiseplanung und den Gesprächen
- Bringen Sie sich persönlich ein! Der nachhaltige persönliche Kontakt ebnet den Weg, nicht die Produktbeschreibung
- Schaffen Sie Urvertrauen! Der arabische Geschäftspartner sucht einen lang andauernden, nicht nur transaktionsbezogenen Kontakt
- Fallen Sie nicht „mit der Tür (dem konkreten Geschäft, dem konkreten Produkt) ins Haus“
- Seien Sie ein facettenreicher, geduldiger Gesprächspartner und guter Zuhörer!
- Erwarten Sie nie sofort ein konkretes „Ja oder Nein“
- Zur Konsensgesellschaft in Arabien:
Welche Auswirkungen hat dies auf den Gesprächsverlauf oder auf Gesprächsverhandlungen?
- „Weg vom binären Denken, hin zum normativen Denken“. Achten Sie auf Zwischentöne und Schattierungen.
- Zu privaten Einladungen bei arabischen Geschäftsleuten. – Wie präsentiere ich mich? Wie setze ich mich elegant ins rechte Licht?
- Welche Themen darf ich ansprechen und welche nicht?
- Zum Verbot der provozierenden Ironie oder des „aus der Reserve Lockens“
- Zur Bedeutung islamischer Grundregeln und – werte bei der Kontaktaufnahme zu einem Geschäftspartner

II. Zur Korrespondenz mit arabischen Adressen

- Wie gestalte ich die Korrespondenz?
- Welche Ansprechpartner schreibe ich an?
- Wodurch setze ich mich in meiner Korrespondenz von Mitbewerbern ab?
- Wie und wie oft muss ich nachhaken?
- Wie und wie oft sollte ich telefonieren?

III. Zur Auswahl geeigneter Adressen

- Wo bekomme ich probate Geschäftsadressen her, wer kann Sie mir vermitteln?

- Woran erkenne ich, ob eine Adresse „seriös“ ist?
 - Wie wird der „Erstkontakt“ hergestellt?
 - Mit wem wird verhandelt? Mit den Experten oder mit der Geschäftsführung?
 - Wie bleibe ich „am Ball“? Wie gestalte ich das Follow – up?
- IV. Zu den probaten Verhandlungs- und Akquisitionstechniken mit arabischen Kunden
- Insbes. Vermeidung von (zu vielen) Alternativangeboten
 - das „Hinführen“ des Kunden zu der einen Ideallösung
 - das ständige Nachfassen
- V. Zum sachgerechten Marketing in Arabien
- Das Arbeiten mit plastischen und visuellen Hervorhebungen
 - Wie gestalte ich eine Präsentation / Power Point Präsentation in Arabien
- VI. Zu den Vertragsverhandlungen
- Welches Vertragsmodell ist für mich das richtige?
 - Wer berät mich bei der Auswahl der Vertragsmodelle?
 - Was muss ich bei der Aushandlungen der einzelnen Vertragspunkte beachten?
 - Mit wem führe ich die konkreten Vertragsverhandlungen?
 - Zur Bedeutung des gesprochenen Wortes
- VII. Zu den Besonderheiten von Ausschreibungen in den arabischen Staaten
- VIII. Zur Absicherung der vertraglich vereinbarten Leistungen
- Zum Zahlungsverkehr:

Welche Instrumente sind beim Zahlungsverkehr zu benutzen?
Welche Banken sollten eingeschaltet werden?
Welche Punkte muss ich schon in die Vertragsverhandlungen einfließen lassen?
- IX. Zur Personalpolitik / zum Personalwesen in Arabien
- Insbesondere: zur Auswahl des geeigneten Personals für das Arabien - Geschäft und zur Auswahl geeigneter Manager für einen Einsatz vor Ort