



Finsko: kultura obchodního jednání

Jak oslovit obchodní partnery?

Pro prvotní identifikaci obchodních partnerů a získání základních informací o nich doporučujeme využít standardních mezinárodních komerčních databází (např. Hoovers od Dun & Bradstreet), či veřejně přístupných informací z finských portálů, které jsou v drtivé většině dostupné v angličtině. Dále lze využít i služeb poskytovaných Velvyslanectvím ČR v Helsinkách, jež disponuje obsáhlými znalostmi teritoria a ověřenými kontakty. Ve vybraných případech může velvyslanectví poskytnout českým firmám širší asistenci formou individuální služby, a urychlit tak s využitím kontaktů na významné místní hráče přístup k relevantním obchodním partnerům a „decision-makerům“, jakož i zvýšit kredibilitu českých subjektů a nabízených řešení. Velvyslanectví může rovněž v případě potřeby pomoci českým podnikatelům v jakékoliv fázi obchodního procesu vhodným řešením, koncipovaným na míru konkrétním potřebám a okolnostem. Doporučujeme rovněž zvážit získání agenta s expertízou na lokálním trhu a se znalostí finštiny, která je pro získání přístupu k partnerovi a překonávání bariér stěžejní.

Jak sjednat obchodní schůzku a jak probíhá (místo a čas schůzky, vizitky, dárky atd.)?

Klíčovým momentem obchodní schůzky je první dojem, kde největší roli hrají komplexní připravenost na jednání, velmi dobrá znalost angličtiny, věcnost, strukturovanost projevu, spolehlivost, vytrvalost a naprostá transparentnost. S ohledem na fakt, že Finsko je velmi nehierarchická země, není zde ani v obchodní sféře kladen důraz na společenský status. Finové si velmi zakládají na rovnováze mezi pracovním a soukromým životem, a proto je vhodnější sjednat schůzku během běžné pracovní doby, či v době oběda v restauraci, než po skončení pracovní doby např. formou večeře. Vizitky se vyměňují zcela běžným způsobem, ale vzhledem k „zelenému“ myšlení Finů se od klasických vizitek upouští a partneři se raději propojují přes profesní sociální síť LinkedIn. Statut dárků je poměrně neutrální, určitě jím obchodního partnera neurazíte, ani jeho předáním nezpůsobíte faux-pas, není však považován za nezbytnost.

Načasování jednání

Finové si velmi cení svého volného času, při načasování jednání je proto nezbytné tento fakt zohlednit a jednání plánovat nejlépe mezi 9:00 a 16:00 s tím, že je potřeba plně respektovat mimopracovní závazky partnerů. Dále je potřeba mít na paměti, že během letních školních prázdnin, které ve Finsku trvají od začátku června do poloviny srpna, se celé Finsko prakticky „uzavře“, resp. většina obyvatel odjede na své chaty u jezer a obvykle není k zastížení.

Co českého obchodníka při jednání nejvíce překvapí?

- Finská dochvilnost: český exportér či investor by měl být připraven přijít na jednání raději o deset minut dříve, než o jednu minutu později.

- Přímocíarost: po úvodním představení a výměně pár úvodních frází o počasí či o hokeji je možné plynule přejít rovnou k byznysu.
- Neformálnost: po prvním jednání, či již během něho může finský partner přejít k oslovení křestním jménem, což je slibným signálem pro hladký průběh dalších jednání.
- Smysl pro humor: v ČR běžně přijímaný stereotyp Fina jakožto člověka odměřeného a nezábavného se často nesetkává s realitou; při jednání se nebojte odlehčit atmosféru vtipkováním, avšak empatickým, na úrovni, s citem a taktem.

Jací jsou finští obchodníci?

Finský partner očekává od svého protějšku respekt ke stejným hodnotám a principům, jaké vyznává on sám. Tedy perfektní připravenost, již dříve zmíněnou absolutní dochvilnost, naprostou spolehlivost, plnou transparentnost obchodních aktivit, prokázání jedinečnosti zboží či služby a vysoké kvality (samotná cena není ve Finsku hlavním faktorem úspěchu). Finský obchodník v žádném případě neakceptuje nedodržení dohodnutých obchodních podmínek v jakékoliv oblasti (dodací lhůty, kvalita, změna ceny apod.). Typický Fin je patriot, a proto ho budete muset přesvědčit o přidané hodnotě svého výrobku vůči místní konkurenci, a to na malém trhu se značně omezenou absorpcí.

Je vyjednávání s místními obchodníky jiné, ztěžují ho kulturní/náboženské/etnické odlišnosti? Existují nějaká komunikační tabu?

Při prezentaci a jednání je třeba dodržovat určitá pravidla jako jednoduchost, strukturovanost a střídmost co do formy i obsahu. Je potřeba počítat s tím, že ve Finsku je rovnostářství jednou ze základních společenských hodnot. Projevuje se to mimo jiné v netoleranci ke každému pokusu o zesměšňování jakýchkoliv menšin (etnických, náboženských, genderových). Dokonce i některé u nás běžné formy projevů galantnosti vůči ženám jsou v severských zemích, včetně Finska, nevhodné. Komunikačním tabu je nevhodné pojetí některých citlivých momentů finské historie.

Je důležité vzít si s sebou tlumočníka? Jak je to s jazykovou vybaveností?

Pro překonání prvotní bariéry a získání přístupu k obchodnímu partnerovi je znalost finštiny poměrně zásadní komparativní výhodou, následná komunikace během samotného obchodního jednání již může bez problémů probíhat v angličtině. Finsko je bilingvní země, kde je oficiálním jazykem kromě finštiny také švédština (používá se zejména na západním pobřeží, ale i v jednotlivých municipalitách v jižním Finsku). Velmi dobrá znalost angličtiny napříč celou společností je pro Finsko typická, a proto i místní obchodníci ovládají angličtinu minimálně na dobré komunikační úrovni.

Jak nakládají finští obchodníci s časem v rámci obchodního jednání?

Ve Finsku platí dvojnásob, že čas jsou peníze. I z toho důvodu Finové neztrácejí na počátku jednání čas zbytečnými planými frázemi a zdvořilostmi a po krátkém představení přistupují poměrně rychle k samotnému meritu jednání. Finové jsou zvyklí partnerům pozorně naslouchat, přičemž to samé očekávají od nich.

Existují nějaké regionální rozdíly?

Většina byznysu je koncentrována do aglomerace kolem hlavního města a do větších finských měst jako Tampere, Turku, Vaasa a Oulu. Rozdíly mezi Helsinkami, Espoo a Vantaa, jež tvoří tzv. „Great Helsinki“, a regiony kolem Tampere a Turku se stírají, avšak značné odlišnosti nalezneme v oblastech s převahou švédsky mluvícího obyvatelstva v regionu Vaasa na západním pobřeží či v odlehlejších regionech střední, východní a severní části země. Finsko je při polovičním počtu obyvatel svou rozlohou více jak čtyřikrát větší než Česká republika a regionální identita je zde často poměrně silná. Málokterý cizinec např. ví, že Espoo, které je běžně považováno za součást Helsinek, je druhým největším samostatným městem, kde mimo jiné sídlí nejvýznamnější finské korporace a žijí zde nejbohatší obyvatelé Finska. Je vhodné znát specifika a nuance regionů, z nichž pocházejí obchodní partneři, a využít tuto znalost během „small talk“ před či po obchodním jednání.

Je vhodné resp. obvyklé nabízet při obchodních jednáních alkohol?

V době oběda je obvyklé pít pouze kohoutkovou vodu, jež je v restauracích běžně nabízena (kult balené vody tu neexistuje). Pokud vás finský protějšek pozve do sauny, což lze jednoznačně považovat za projev ocenění či přímo důvěry, je konzumace vychlazeného piva a někdy i tvrdého alkoholu téměř jistá.

Jak nejlépe komunikovat (osobně, e-mail, telefon atd.)?

V zemi proslulé digitalizací a informačními technologiemi je možné komunikovat jakýmkoli způsobem s důrazem na moderní komunikační prostředky v čele se sociálními sítěmi, např. zasláním zprávy prostřednictvím Messengeru či Whatsappu. Během pandemie COVID-19 jsou komunikace a jednání prostřednictvím videokonferencí, stejně jako všude jinde, ještě běžnější. Pokud máte skutečně co nabídnout, neostýchejte se a klidně napište přímo CEO společnosti, či jiné konkrétní osobě ve vybrané firmě, buďte v přístupu inovativní.

Jak se obléci na pracovní jednání?

Finové jsou obecně uvolnění, nepředpojatí, rovnostářští a v dobrém slova smyslu konsenzuální, což se projevuje i v uvolněném stylu jejich oblékání, kde nedávají prvoplánově najevo svůj společenský či finanční statut. Na jednání proto není nutné přijít v obleku s kravatou, zcela dostačující je vkusný a spíše decentní „casual“ oděv (sako, košile, společenské kalhoty/sukně, neformální šaty).

Jak by měl vypadat ideální jednací tým (počet členů, věkové a genderové složení týmu, šéf týmu)?

Tradice týmové spolupráce je ve Finsku velmi zažitá. Poměrně příznačný je i název finské iniciativy na podporu internacionalizace businessu domácích firem „Team Finland“, která na velmi široké bázi sdružuje ministerstva, agentury, obchodní komory, výzkumná centra a další instituce. Finský partner uvítá, pokud i vy jste součástí funkčního a složením vyrovnaného týmu, nejen jeho šéfem. Zároveň od vás finský partner bude očekávat, že jste pro dané jednání plně vybaveni

potřebnými pravomocemi. Na věku členů týmu příliš nezáleží, koneckonců i mimořádně populární a respektované předsedkyni vlády je pouze 34 let!

Je běžné obchodního partnera pozvat domů, resp. být pozván domů? Pokud ano, co je při takové návštěvě obvyklé, co čekat?

Takováto praxe zejména na začátku navazování obchodních vztahů běžná není, nicméně po několikaletém obchodním partnerství se vám této cti může dostat.

Jak pomáhají pro navázání kontaktů v zemi služby ekonomické diplomacie – obchodní mise, veletrhy či jiné nástroje?

Přidanou hodnotou zastupitelského úřadu je zejména urychlení přístupu k relevantním osobám s rozhodovacími pravomocemi, posílení kredibility českých firem, omezení různých rizik či vytipování mezer na trhu, a to i v oborech, kde jsou finské firmy dominantní. Služby ekonomické diplomacie poskytované Velvyslanectvím v Helsinkách českým firmám zahrnují zodpovídání dotazů, zjišťování a navazování kontaktů, poradenství, poskytování nejrůznějších individuálních služeb, podíl na organizování obchodních misí či realizaci komplexnějších projektů na podporu ekonomické diplomacie. Podpora zastupitelského úřadu má zásadní význam (svědčí o tom i cíleně získávaná zpětná vazba od českých podnikatelů), a to zejména s ohledem na do značné míry specifické finské podnikatelské prostředí (značný podíl veřejného a družstevního sektoru v obchodních společnostech, omezená absorpce trhu, monopolizace či oligopolizace některých odvětví, silná spotřebitelská preference domácí produkce apod.). Finsko je bez nadsázky zemí veletrhů, a proto nelze než doporučit aktivní účast českých firem na těchto akcích, kde se často vyplatí i prezentace v podobě doprovodného semináře a navazujících přímých B2B jednání.

Co byste doporučili podnikatelům, kteří se do Finska chystají?

Finský trh není vhodný pro exportéry začátečníky. Finové vyžadují reference z jiných severských zemí či západní Evropy. Zároveň jsou však čeští dodavatelé na místním trhu tradičně vnímáni jako spolehliví partneři s kvalitními výrobky a službami ze „střední“ Evropy, nikoliv té „východní“, jak tomu často bývá zvykem jinde v zahraničí.

Pokud nabízíte vhodný, unikátní a inovativní produkt s dostatečnou přidanou hodnotou, dejte rozhodně finskému trhu šanci. Jenom nezapomeňte: udělejte dobrý hned první dojem, buďte na jednání po všech stránkách perfektně připraveni, mějte strukturovaný projev, buďte spolehliví, dochvilní, transparentní, věcní, struční, neformální a skromní a v neposlední řadě respektujte finská specifika. A nezapomeňte na finskou inspirativní národní vlastnost „sisu“, jejíž osvojení pro obchodní spolupráci s Finskem lze jen doporučit a již lze nejlépe přeložit jako houževnatost, která Finům společně s jejich bojovností, odhodlaností, statečností a výdrží umožňuje překonávat ty nejtěžší překážky a nepřízně osudu.