



Экспортное сопровождение сделок ProValue

Для компаний желающих выйти на новые рынки, мы помогаем разобраться во всех основополагающих вопросах, по **финансово-организационной готовности** по осуществлению подобных сделок, проводим **анализ продукта** и изучаем **рынок сбыта** в интересующем регионе, **проводим поиск заказов и партнеров**, проводим переговоры, готовим и сопровождаем контракты.

Давайте рассмотрим каждый из этих шагов более подробно.

1. Аудит организационно-финансовой готовности компании. Компания, нацеленная на работу с иностранными компаниями, должна быть готова к росту расходов на сопровождение сделок, оперативному решению возникающих вопросов в самых разных юрисдикциях, и резерву для финансирования производства новой продукции. Все это включает:

- a. Оценка возможностей производственных мощностей, системы сбыта и продажи;
- b. Возможность нести дополнительные расходы на изучение новых рынков, поиск клиентов, поездки за рубеж, страхование, инвестиции в адаптацию продукта для нового рынка;
- c. Гибкость производственных процессов и обеспечение роста производительности.

2. Анализ Продукта. Далее стоит понять, с каким предложением компания будет выходить на новые рынки. Это может потребовать:

- a. Возможности расширения ассортимента (новые модели, цвета, размеры);
- b. Конкурентные преимущества (функциональность, качество, цена, технологии);
- c. Защита торговой марки.

3. Анализ рынков сбыта. Определившись с предложением необходимо изучить особенности рынков и его заинтересованность именно в данной продукции. Необходимо провести:

- a. Вычисление характеристик рынков (объем, динамика спроса, конкуренция, запросы потребителей);
- b. Анализ рисков (политических, финансовых, логистических, юридических).
- c. Локальные особенности выхода на рынок:
 - I. Тарифное и нетарифное регулирование;
 - II. Таможенное администрирование;
 - III. Порядок осуществления экспортно-импортных операций;
 - IV. Осуществление безопасности.

4. Разработка Экспортной Стратегии, которая включает в себя:

- a. Экспортный бизнес-план (включая план расходов и сроков реализации программы);
- b. Выбор ассортимента, нишевая ориентированность и ценообразование;
- c. Схема экспорта (прямой экспорт, через дистрибьютора, совместное предприятие, представительство);
- d. Подбор рабочих инструментов (реклама, маркетинг, обеспечение доставки, банковское обслуживание).

5. Подбор партнеров, поиск клиентов и заказов

- a. Промышленные выставки, Семинары и Круглые столы;
- b. Запросы в профильные структуры;
- c. Отраслевая пресса и каталоги;
- d. Электронные порталы, Маркетплейсы, B2B-порталы;
- e. Участие в тендерах;
- f. Проверка правового статуса, благонадежности и финансовой состоятельности партнера.



- 6. Экспортное финансирование**
 - a. Кредитование, Экспортное кредитование, Предэкспортное финансирование.
 - b. Выпуск Банковских гарантий и аккредитивов (BG/SBLC/LC).

- 7. Организация и заключение Контракта**
 - a. Организация и проведение международных переговоров;
 - b. Согласование предмета, цены и условий контракта;
 - c. Согласование условий оплаты и условий поставки (Incoterms 2010);

- 8. Сопровождение поставки**
 - a. Таможенное оформление, документационное обеспечение.