



**ПАРТНЕРЫ
"БОРОВКОВ"**

**Стратегии
выхода предприятий на
внешние рынки**



**УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ
КОНСАЛТИНГ**



Часть 1

**ССП. Стратегический анализ.
Финансовые Цели и КРІ**





1 Стратегия выхода на зарубежные рынки

- Ценности потребителей Ваших товаров и услуг на новых для Вас, иностранных, рынках
- Цели и Показатели (KPI) выхода на зарубежные рынки
- Стратегическая карта новой Бизнес-единицы, нацеленной на экспорт
- «План мероприятий» по организации экспортных продаж или открытию зарубежного представительства

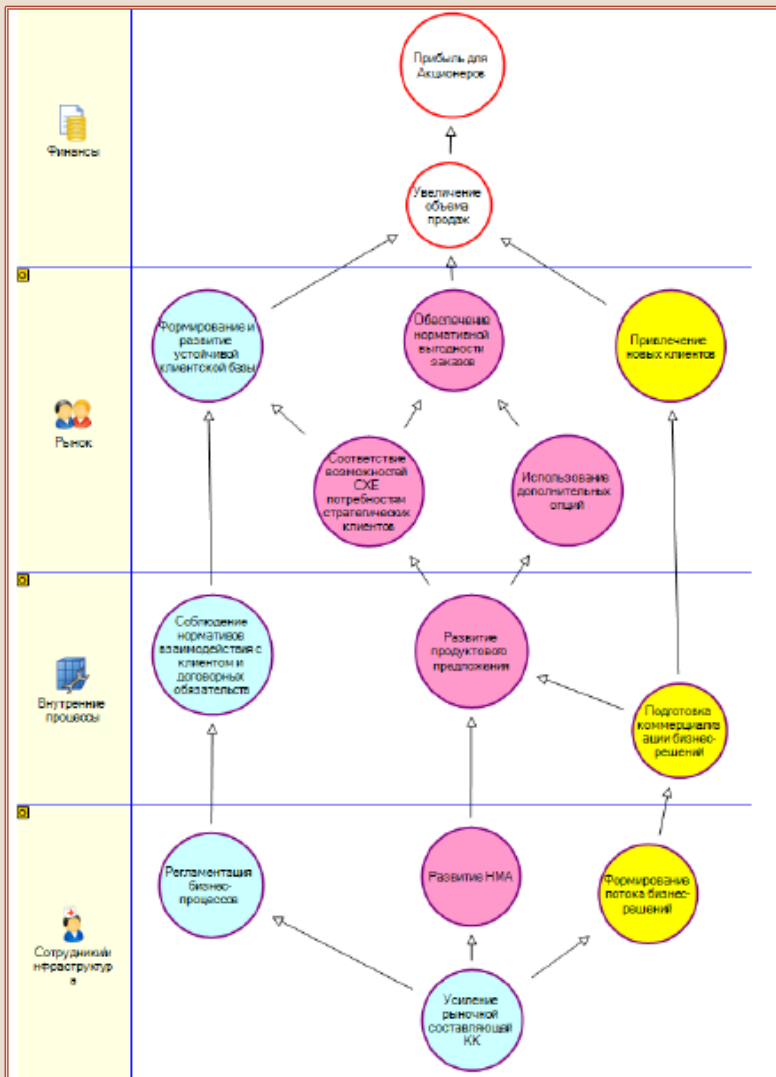
2 Юридическая поддержка экспортных операций

- Подготовка контрактов по всем требованиям к экспортным операциям
- Надёжный таможенный брокер. Подбор и Контроль
- Правовая поддержка - от момента планирования экспортной операции и до отгрузки товаров и услуг
- Правовая и бухгалтерская поддержка возмещения НДС

3 Бизнес-процессы международной торговли

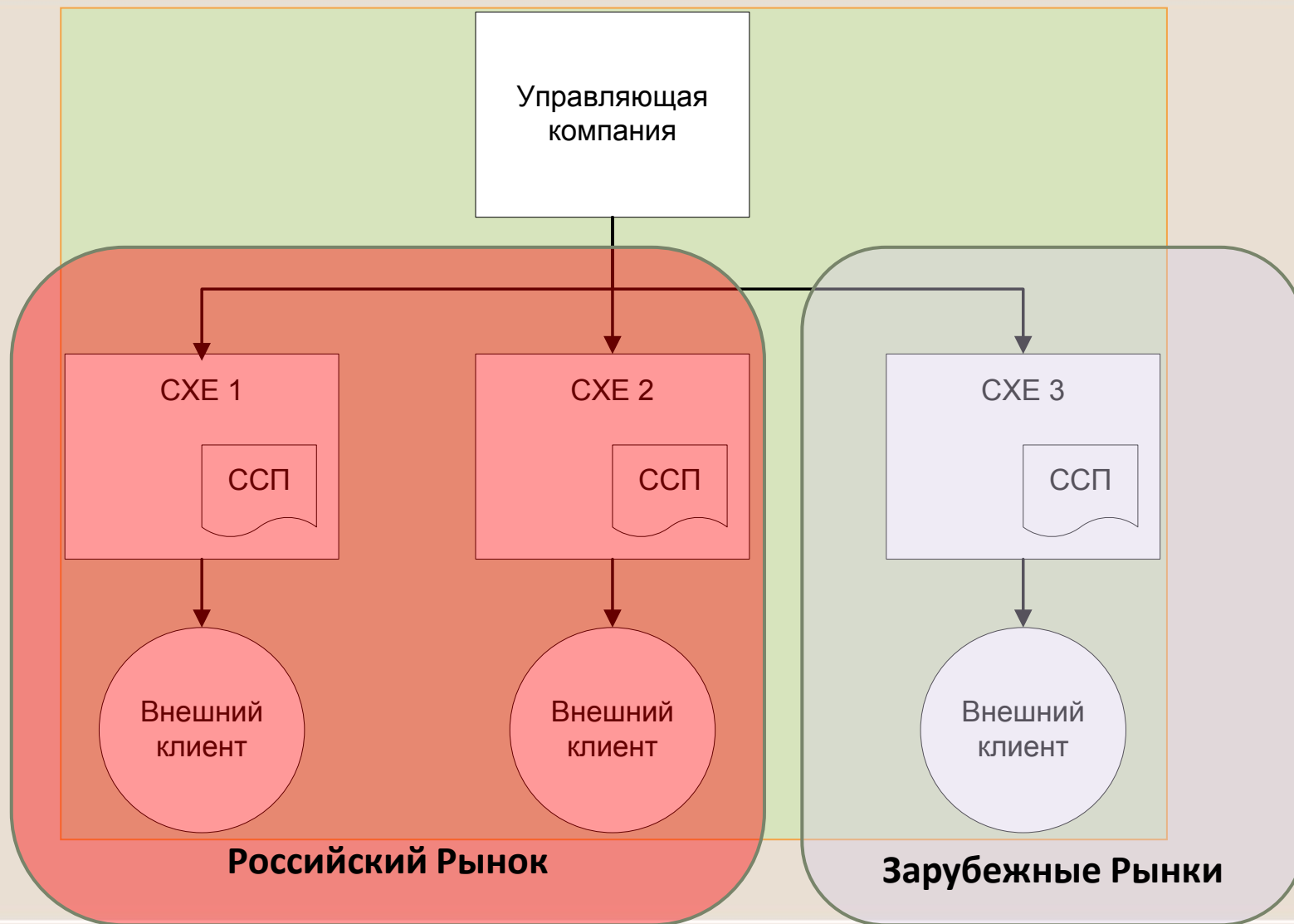
- Адаптация используемых в России процессов для других стран
- Учёт местной культуры и традиций при обслуживании Клиентов и работе с Партнерами
- Оптимизация процессов: сокращение времени, повышения качества, и т.д.

Что такое «Стратегия Экспортёра»?



- 1 Выбор СХЕ для экспорта
- 2 Стратегический Анализ возможностей и рисков выхода на экспорт
- 3 Финансовые Цели и Показатели экспорта
- 4 Потребительские ценности зарубежных покупателей
- 5 Процессы обслуживания зарубежных покупателей
- 6 Сотрудники и инфраструктура
- 7 «План Мероприятий»

Выбор СХЕ



1

«Слабости»

- Нет документации на иностранных языках
- Продукция не сертифицирована в других странах
- Нет специалистов с опытом работы за рубежом
- Нет представительств в целевых странах
- ...

2

«Силы»

- Высокое качество продукции
- Собственное производство
- Собственный НИОКР
- Опыт патентования и лицензирования в РФ
- ...

3

«Возможности»

- За пределами РФ нет аналога такой продукции
- Ослабление рубля – относительное снижение себестоимости
- Нет конкурентов по аналогичным товарам
- ...

4

«Угрозы»

- Китайцы сразу скопируют такую продукцию
- Возможность попасть под антироссийские санкции
- ...



Проецирование
элементов SWOT друг
на друга →
Выводы на основе
Анализа

The screenshot displays a software interface for SWOT analysis. The top window shows a table with the following data:

Индекс	Аналитика
1	Угрозы
1.1	Усиление конкуренции за счет увеличения на..
1.2	Рост цен на ресурсы, влияющие на себестои...
1.3	Укрепление рубля
1.4	Вторичность разработок и технологии могут с..
2	Возможности
2.1	•Дилерская сеть в центральной части страны

The bottom window shows a comparison of 'Силы' (Strengths) and 'Возможности' (Opportunities). A red line connects item 4 in the Strengths list to item 3 in the Opportunities list.

Силы	Возможности
1. * Лидерский потенциал	1. •Дилерская сеть в центр
2. * Цели и стратегия	2. •Наличие союзников в ли
3. * Костяк коллектива - акционеры	3. •Крепкие позиции компа
4. * Отлаженность и четкость внутренней деятель	4. Устойчивая структура от
5. * Маркетинг	5. •Рост рынка



1

«Дойные Коровы»

- Какие продукты внутреннего рынка будут «кормить» зарубежную экспансию?
- ...

2

«Дохлые Собаки»

- Что из наших продуктов уже не имеет смысл экспортировать?
- Не потянут ли низкодоходные продукты зарубежные проекты вниз?
- ...

3

«Дикие Кошки»

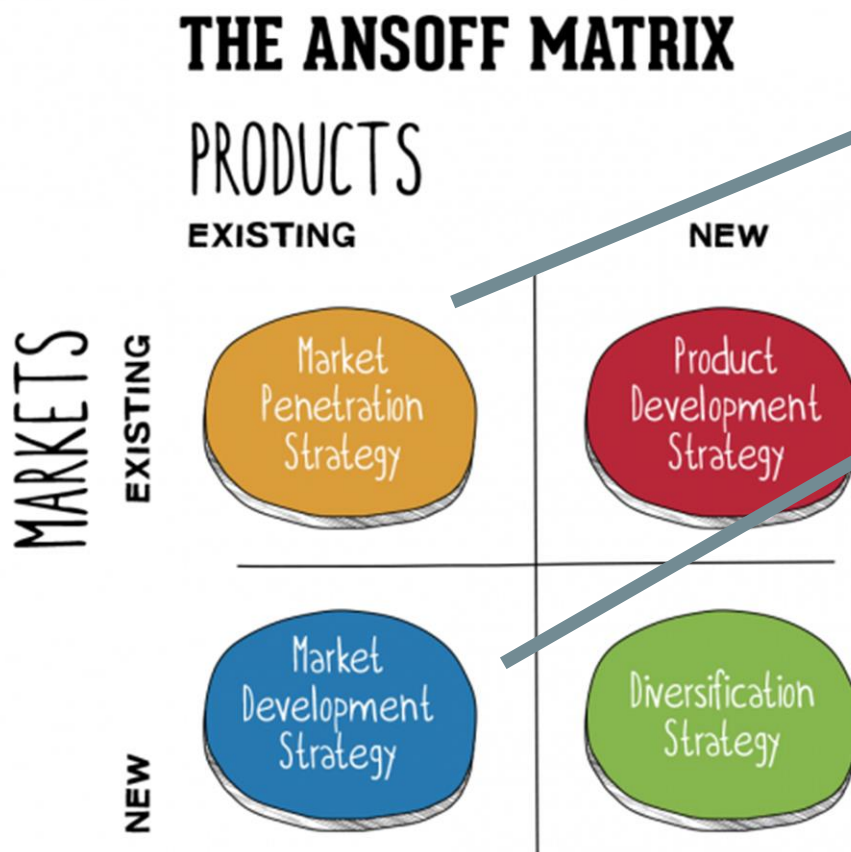
- Могут ли быть успешными за рубежом товары, плохо продающиеся в РФ?
- В чём были ошибки при организации продаж в РФ?
- ...

4

«Звёзды»

- Будут ли российские «звёзды» таковыми и на других рынках?
- ...

Матрица Ансоффа



CREATED BY: IGOR ANSOFF, 1960 ESSENTIAL MARKETING MODELS [HTTP://BIT.LY/SMARTMODELS](http://bit.ly/smartmodels)

1

Максимально консервативная стратегия →
Внутреннее финансирование;
Минимальное привлечение
внешних источников

2

Осторожная стратегия →
Целевое финансирование в
«знакомых» источниках

3

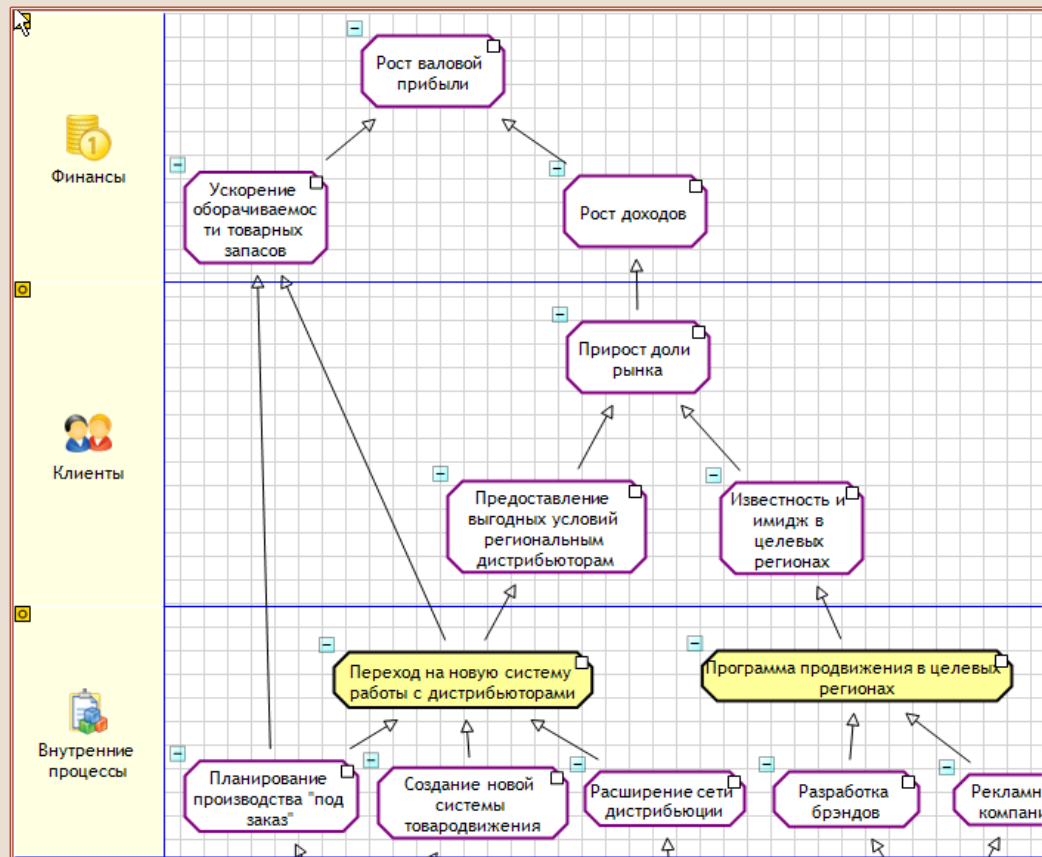
Новаторская стратегия →
Венчурное финансирование

4

Максимально рискованная стратегия →
Минимальная финансовая
устойчивость ради
потенциальной прибыли

СКВУ: Разработка

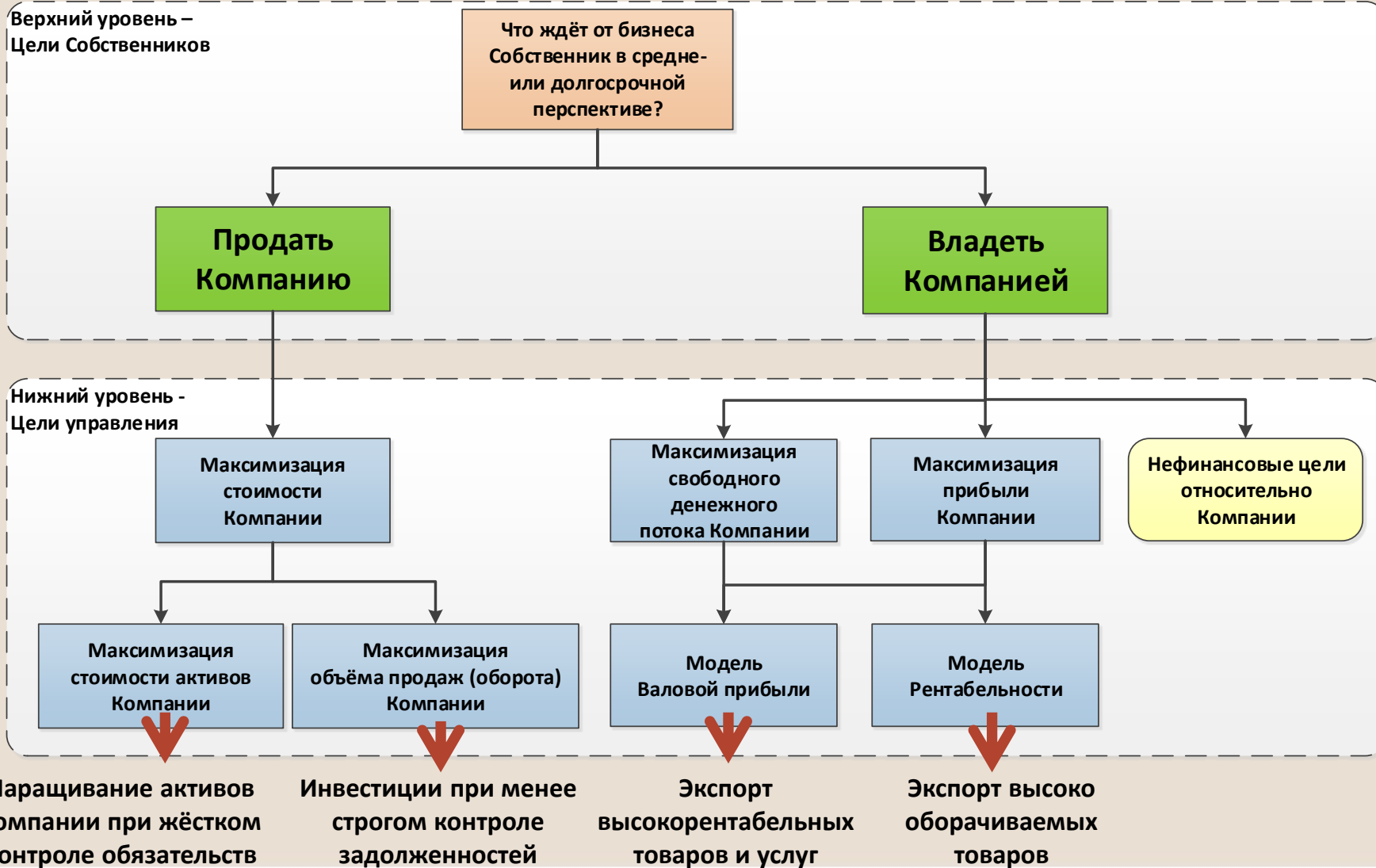
- 1 **Постановка Целей**
выхода на зарубежные
рынки
- 2 **Определение**
Показателей [KPI]
достижения Целей
- 3 **Установление логических**
(причинно-следственных)
связей между Целями
- 4 **Определение**
ответственных за
достижение KPI
- 5 **Популяризация**
Стратегической Карты!



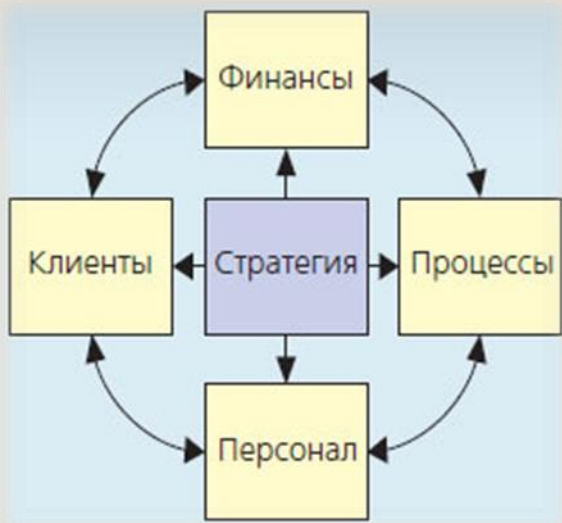


- 1 Уточнение Целей Акционеров – в целом, и по экспорту, в частности
- 2 Выбор ключевых финансовых показателей
- 3 Выбор Модели Ценообразования

СКВУ: Финансовые Цели



Потребительская ценность [ПЦ]



...Продолжение следует!



***Вы ведёте Дело.
Мы помогаем быть ему Бизнесом.***



**УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ
КОНСАЛТИНГ**

Павел Боровков

генеральный

Санкт-Петербург,
набережная Чёрной Речки, д. 41, корп. 7

+7 (921) 951 03 40

pavel.borovkov@pbltd.ru



**САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКАЯ ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННАЯ ПАЛАТА
SAINT-PETERSBURG CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY**



СОЮЗ-ЭКСПОРТ
ОБЩЕСТВЕННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ