



„Eksporto įgūdžių vystymas: kaip tinkamai organizuoti savo prekių eksportą“

Neringa Romanovskaja
Sertifikuota “Solution Selling” pardavimo procesų optimizavimo konsultantė

Neringa.romanovskaja@baltin.net



- Mažas Lietuvos įmonių žinomumas pasaulyje,**
- Kada prasideda eksportas: už sandėlio vartų..?.**
- Eksporto patirties stoka.**
- Ar pakankama Lietuvos įmonių “vidinė branda” prekiauti užsienyje...**
- Eksporto direktorius- tai dažnai “atkrovimo administratorius”?**
- Eksporto plėtra dažnai priklauso nuo buhalterio ir eksporto vadybininko žinių ir noro...**
- Nėra darbo su distributoriais tradicijų, kultūros, procedūrų.**
- Nuvertiname kalbas , bendravimą ir darbuotojų raštingumą..**

- **Užsienio rinkos tarptautinei plėtrai pasirinkimas: pagrindiniai atrankos kriterijai.**
- **Įėjimo į užsienio rinką metodai ir formos.**
- **Rinkodaros ypatumai eksportuojant.**
- **Bendradarbiavimas su partneriais**
- **Eksporto kanalo sukūrimas bei valdymas**
- **Pirmųjų kontaktų, derybų realybė skirtingose kultūrose**
- **Klausimai**

Eksporto vystymo strategija:

- Pristatymo laiškai
- Pasiūlymo dokumentai, formatai
- Formalios, neformalios Komunikacijos formatai

Komunikacijos turinys

- Rinkos
- Klientai
- Poreikio nustatymas
- Produkto verčių ir išskirtinumų nustatymas
- Pozicionavimas

Rinkų pasirinkimas, produkto branda

Eksporto strategijos komponentai

- Parodos
- Seminarai-Konferencijos
- Tinklapis-turinys
- Technologinės bendravimo priemonės

Potencialių klientų srauto generavimas

Santykių valdymo procedūros
Partneriai

- Atsakomybių, įtakos nustatymas
- Pardavimo įgūdžiai
 - Įvaizdis
- Su kuo ir su keliais kontaktuojame

Eksperto strategijos pasirinkimas: pagrindiniai atrankos kriterijai

- Produktų (maisto) galiojimo laikas;
- Logistika, paslaugų logistika; infrastruktūra;
- “Įėjimo į rinką” kaštai;
- “kultūriniai ryšiai”, tradicijos
- Verslo rizikos.
- Mūsų resursai: finansiniai, darbuotojų, popardaviminių aptarnavimui

- **Bet svarbiausia:** kiek gyventojų (verslo poreikiai)? Ir jų perkamoji galia?
- Gyventojų tankumas
- Vartojimo įpročiai
- Ar “gamina” patys ?

Visi kriterijai analizuojami pagal SSGG principą.

Verslo rizikos eksportuojant:

Eksporto Proceso savininkas: Asmuo labai gerai išmanantis rizikos šaltinius; Kontroliuojantis valdymo procesą ir jo mechanizmus,

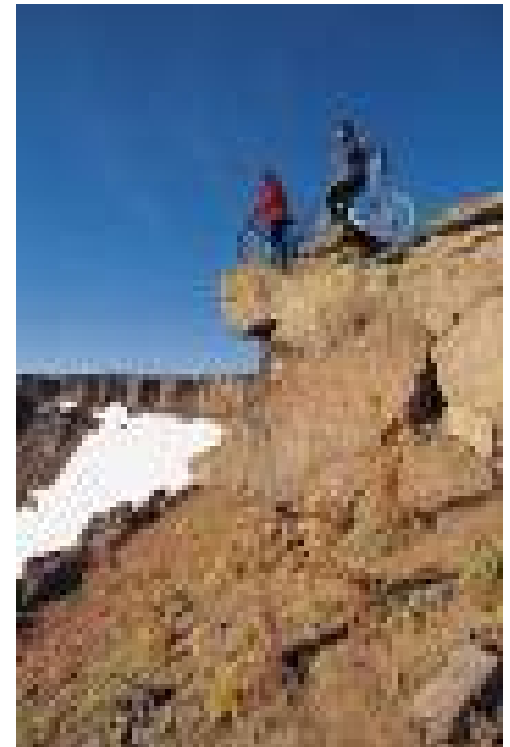
Eksporto planas bei grafikas

Eksporto plano įvykdomumo įvertinimas pagal konkrečius veiksnius: Kultūrinis ; Technologinis ; Stabilumo ; Politinis; Ekonominis.

“Pirmo karto” bauda;

Oficialūs leidimai, dokumentai,

Viską matuokite pinigine reikšme



Užsienio rinkos analizės formos:

Užsienio rinkos analizės formos:

- Pigios:
- Brangios:
- Greitos,
- Ilgos:
- Patikimos:
- Ne patikimos:
- Savarankiškai atliekamos:
- Perkamos.

Ko nori klientai?

- ar mes turime “perkama” prekę”
- kaip jie tai norės įsigyti?
- kaip jie norės mokėti?

Kaip mūsu produkts atrod JŪ rinkoje ?

Brandi prekē



Yra pridėtinė vertė:

Galutinis produktas, paslauga

Įvairių dydžių įpakavimas

Modernus dizainas

Universali pakuotė

Aiškus naudojimas

Suvenyrinis įpakavimas

Žinomas “brandas”

Yra reklama

Novatoriškas ...

Būtinai turėti...

Kokybė įrodyta sertifikatais

Nėra pridėtinės vertės:

Žaliava

Pramoniniai įpakavimai

“No name”

“Privat label “

Nekvalifikuotas darbas

Kokybė nėra pirminis reikalavimas

Pagrindiniai rinkodaros principai

Produkto gyvavimo ciklas	-----	kokioje stadijoje jūsų konkurentai?
Segmentavimas	-----	geografinis, valstybinis, pasaulinis, regioninis,....
Pozicionavimas	-----	galėsite, jei žinosite konkurentus
Diferencijavimas	-----	galėsite, jei žinosite klientų poreikius
“mafijos pasiūlymas”	-----	galėsite, jei jūsų sprendimas bus unikalus
ROI	-----	būtina mokėti paskaičiuoti ir pateikti jau pirmo kontakto metu
B2B segmente	-----	būtina žinoti klientų problemas “valdžios” ir verslo plėtros lygmenyje
B2C segmente	-----	teisingai pasirinkta pardavimo strategija
B2G segmente	-----	atitikimas standartams, ryšiai.

5P rinkodaros kompleksas

PRODUKTAS	-	product
KAINA	-	price
RĖMIMAS	-	promotion
POZICIONAVIMAS	-	positioning
ĮPAKAVIMAS	-	packaging

Jeigu mes parduodame galutiniam vartotojui...

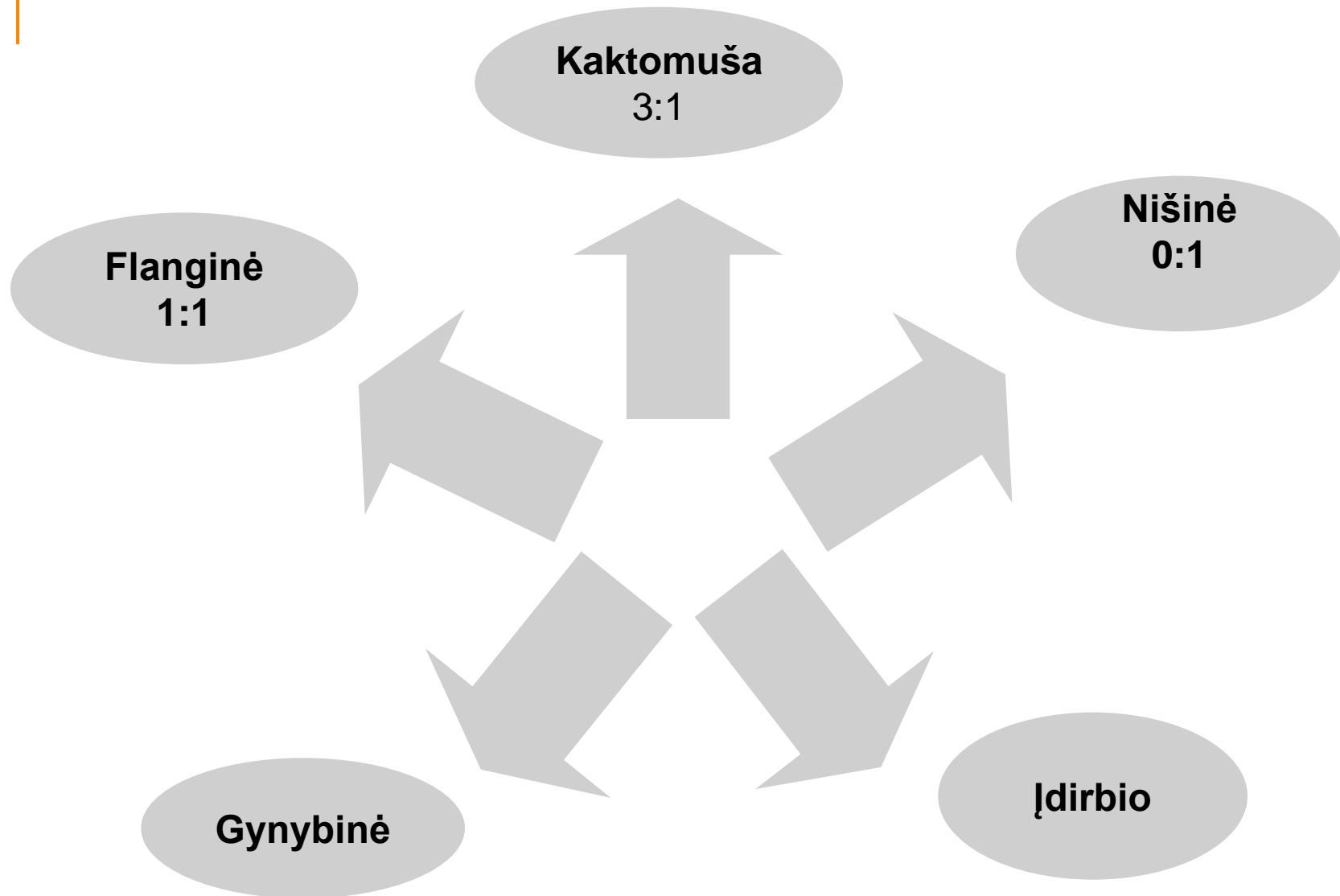
Produkto savybės/kriterijai (mažmeninės prekybos):

- 1. “Greito vartojimo”,**
- 2. Pastoviai būtina prekė,**
- 3. Pirkėjui suprantamas, paprastas produktas,**
- 4. Mokame patys “pirkti”, patogų pirkti pačiam,**
- 5. Patogus “įpakavimas”,**
- 6. Malonus aptarnavimas,**
- 7. Galima greitai “gauti”**
- 8. Kaina**



Jeigu mes parduodame verslui paslaugas, gamybinius pajėgumus...

1. Klientai supranta savo “verslo problemą” ir patys ieško sprendimo
2. Klientai supranta savo “verslo problemą”, bet neieško sprendimo.
3. Klientai nesupranta ...ir neieško...
4. Pastoviai būtina paslauga (gali tapti)
5. Pirkėjui suprantamas, paskaičiuojamas ROI,
6. Moka “pirkti”
7. Patogus “įpakavimas”,
8. Malonus aptarnavimas, yra servisas.
9. Galima greitai “gauti”, gera infrastruktūra.
10. Kaina



ĮĖJIMO Į UŽSIENIO RINKĄ METODAI / FORMOS

MŪSŲ PROTĖVIAI NEBUVO FINIKIEČIAI-

“GINTARO” KELIAS ...?

**KALBOS NEŽINOJIMAS DIDINA
ATSTUMUS...**





KOKS JŪSŪ “RAKTINIS” ŽODIS?

Komunikacijos vystymas: Naudingų informacinių šaltinių atrankos kriterijai.

Kai žinote savo “raktinį” žodį.....

Surandate savo konkurentus, tiekėjus, partnerius

Nustatote, kokiuose portaluose jie “gyvena”

Pasitikrinate tų portalų lankomumą pagal : *alexa.com*

Registruojatės patys.

Pradedate bendrauti....

**Potencialių klientų srauto generavimas ir Komunikacijos
turinys**

PARODOS

Parodos

Technologinės

Specializuotos

Geografinės

Mugės

Mokslinės

?

Ko tikimasi

Naujų idėjų

Rasti nišą

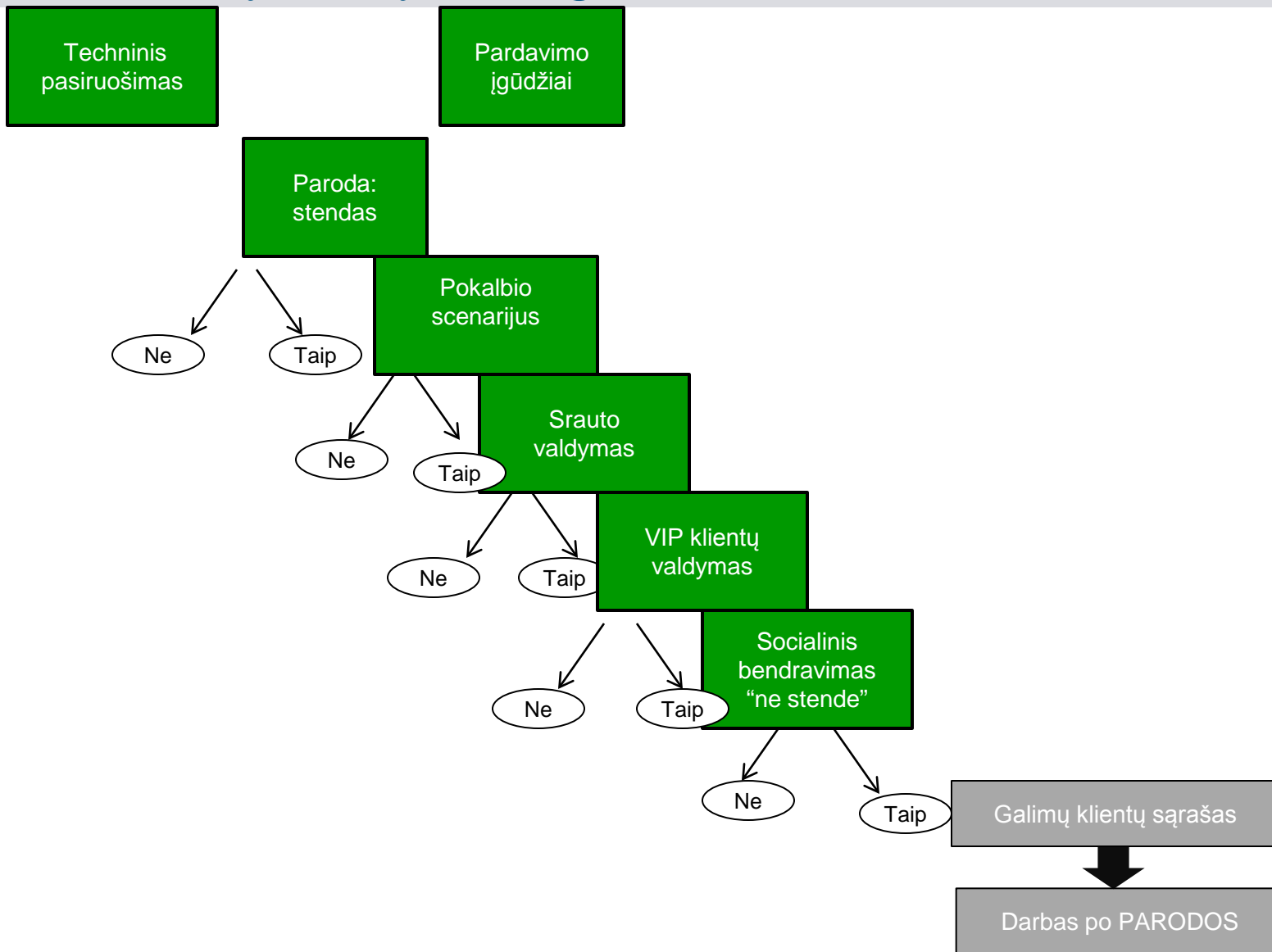
Prisistatyti regione

Kontaktai

Žinios-technologijos

?

Potencialių klientų srauto generavimas: Parodos



Parodos pasirinkimas

Ploto užsakymas

Pakvietimai,

Stendas,

Apranga

Bukletai

Vizitinės

Dovanėlės

Teritorijos brėžinys, kur kas stovi parodos metu.

Poilsio zonos.

Vardų kortelės.

Darbo „pirmoje zonoje“ darbo grafikas.

Paroda: pardavimo veiksmai ir personalo įgūdžiai:

Sėkmės istorijos

Tinklinis bendravimas

Srauto valdymas

Lankytojų žymėjimas

Sudominimas bendradarbiauti

VIP Klientų valdymas

Vertės pristatymas

Perspektyvų aptarimas su vadovybe

Socialinis bendravimas „ne stende“

Atmintinė apie apsilankiusį klientą.

Paroda: pardavimo veiksmai ir personalo įgūdžiai:

Bendravimas

Pozityvus nusiteikimas

Paroda: STENDAS

Lankytojams malonu užėti

Simpatiškas personalas

Kūno kalba

Pokalbio scenarijus

Prezentacijos įgūdžiai

Patirties pateikimas

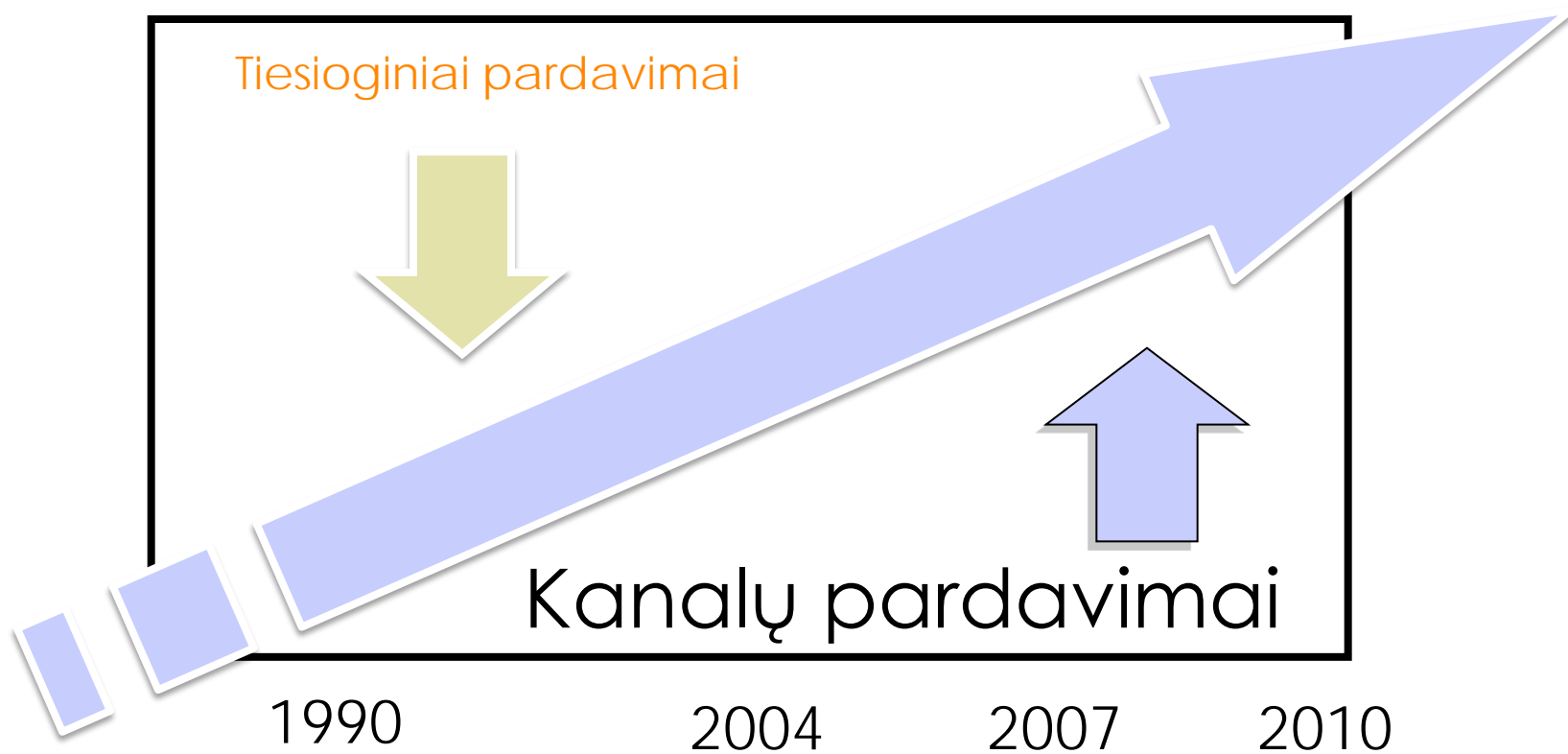
Poreikio išsiaiškinimas

AMŽINAS KONFLIKTAS:

“VISI NORI BE TARPININKŲ”- “ BE TARPININKŲ
NESIKALBA...”



Eksporto rinkų augimas, naudojant pardavimo kanalus



“Brandžios rinkos vis dažniau dirba per/su eksporto tarpininkus”

Kodėl mes naudojame pardavimo kanalus?

1. Žemesni pardavimo kaštai
2. Didesnis rinkos padengimas
3. Jau esamas žinių ir įgūdžių lygis
4. “Buferis” prieš konkurentus
5. Žinomi pirkimo įpročiai
6. Paruoštas personalas
7. Analitiniai duomenys
8. Suvaldomi kultūriniai skirtumai
9. Kainodara



...Jau prieš tūkstačius metų priprato dirbti su “pirkliais”

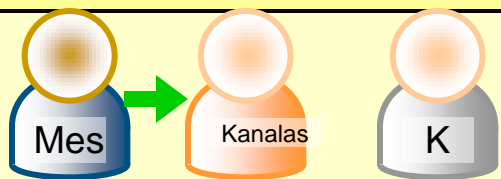
Žemas

Tarpusavio priklausomybė

Mes matome galutinį vartotoją

Aukštas

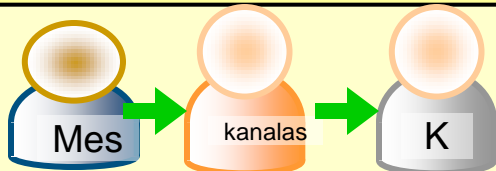
Tiesioginiai pardavimai: "Kanalas- galutinis vartotojas"



Perdirbėjai,
fasuotojai, platintojai

- Parduoti Įmonės vadovybei
- Valdymas per INCOTERMS procedūras
- Galutinio kliento nežinome

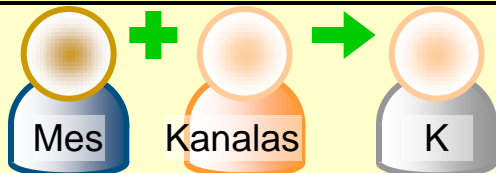
Pardavimas "per kanalą" : "Kanalas yra pardavėjas",



Tiekėjai,
didmenininkai

- Parduoti Vadovybei
- Derina pakuotes, reklamą
- Kliento investicijų planas
- Jų reikalavimai mums suprantami
- Žinome jų klientus
- Kanalą perka- kad turėti išskirtinumą

Pardavimai "su kanalu": "Kanalas-mūsų komandos narys"- mūsų atstovybė,



Atstovybė, pilnai
kontroliuojama

- Parduoti klientui
- Prekių, pardavimų mokymai
- Žinome jų klientus
- Konsultacijos
- Daugiausia naudojama bendrų resursų
- komandos valdymas, klientų problemų žinojimas, asmeninis bendravimas
- Klientų valdymas ir aptarnavimas

HIBRIDINIS PARDAVIMO MODELIS

Partnerio pasirinkimas: Mūsų klientų verslo valdymo- vystymo strategijos

Prekybos tinklai

1. Klientų aptarnavimas;
2. Lentynų valdymas;
3. Vidiniai procesai (produktai, sandėliai, užsakymai, produktų atranka);
4. Darbuotojų planavimas bei motyvacija.

IEŠKO:

- Išskirtinių prekių;
- Pigių prekių;
- Prekių naujam segmentui

Gamybininkai

1. Kaštų taupymas
2. Proceso optimizavimas
3. Naujos technologijos
4. Nauji produktai

IEŠKO:

- Pigiau
- Kokybės
- Kiekių
- Pastovumo tiekime

Verslas

1. Kaštų taupymas
2. Proceso optimizavimas
3. Naujos technologijos
4. Išskirtinumo
5. Naujų paslaugų klientams

IEŠKO:

- Pigiau
- Kokybės
- Patikimumo
- Aptarnavimo

Eksporto veikla su partneriais:

- **Aiškios pareigybės,**
- **Rolės,**
- **Atsakomybės,**
- **Infrastruktūra,**
- **Informacijos kanalų sistema.**
- **Gebėjimas atsakyti į paklausimą per 24 val.**
- **Gebėjimas paskaičiuoti kainą per 2-3 dienas**
- **Gebėjimas dirbti pagal kliento laiko juostą.**
- **Gebėjimas informuoti apie atliekamus veiksmus...**

Eksporto veikla su partneriais:

Funkcinės rolės

Kas Jūsų organizacijoje eksporto proceso eigoje...

...yra pagrindinis kliento savininkas ir nustato pardavimo strategiją ?

...atlieka pirminę kliento /distributorius ekspertizę ir sprendžia dėl tolimesnio bendradarbiavimo ?

...paruošia pasiūlymus?

... Prižiūri pakrovimą?

...nusprendžia dėl rinkos patrauklumo ...

...savarankiškai pateikia kainą klientui...

...peržiūri sutartį...

...nusprendžia kokius ir kada duoti kiekius...

...užsakyti sertifikatus.. .

Išvados: sėkmingo eksporto algoritmai:

**JEIGU JŪS NAUJOKAS, TAI SVARBIAUSIA-
EKSPORTO SPECIALISTAS IR EKSPORTO KANALAS**

JEIGU JAU EKSPORTUOJATE - VEIKLOS KONTROLĖ

- ❑ **Eksporto skyrius: 1-3 darbuotojai;**
- ❑ **Reikalavimai :**
 - ❑ Tikslinės rinkos kalbos mokėjimas; (papildomos kalbos)
 - ❑ Darbas kompiuteriu (patyręs interneto vartotojas)
 - ❑ Analitiniai sugebėjimai
 - ❑ Žino: INCOTERMS ; Kontraktai, B2B, B2C, B2G, HORECA, FMCG, ir t.t.
 - ❑ Dalykinio susirašinėjimo įgūdžiai
 - ❑ Mokėjimas parduoti **KANALUI** , pamatyti galimybes “po žemės drebinimo”, visur susirasti draugų, gali parduoti ir “namuose”, gali gyventi lėktuve...
 - ❑ **SUPRANTA ir pasako, ką klientas gali ir nori pirkti...**
 - ❑ Disciplina.

SĖKMĖS

