



International
Trade
Centre



EU4Business



Швеція
Sverige

Міжнародні торгівельні виставки: як
збільшити прибуток завдяки
відвідуванню та участі?



Для чого приймати участь в міжнародних виставках?



Напрями	Завдання
Продажі	<ul style="list-style-type: none">- залучити нових клієнтів;- утримати постійних клієнтів;- відновити відносини з втраченими клієнтами
Маркетинг	<ul style="list-style-type: none">- демонструвати переваги товарів або послуг, представити новинки- оцінити затребуваність продуктів, виявити потреби клієнтів;- проводити маркетингові дослідження, визначати перспективні напрямки розвитку, нові ринки, цільові групи, канали збуту;- вивчати конкурентне середовище,- набувати або зміцнювати статус експерта в професійній і клієнтській середовищі (завдяки виступу в рамках ділової або наукової програми виставки)
Імідж	<ul style="list-style-type: none">- формувати або підтримати репутацію успішної, стабільної і надійної компанії, позиціонувати компанію як лідера ринку, сприяти позитивному впливу на цільову аудиторію
Реклама	<ul style="list-style-type: none">- рекламний вплив на цільову аудиторію, підвищувати впізнаваність бренду або компанії;

United Fresh Live 2020



Переваги віртуальної виставки

- **Один з найактуальніших маркетингових інструментів в умовах сьогодення.** Обмеження пересування, вплив пандемії COVID-19 тощо значно вплинули на міжнародні виставки та інші заходи цього року.
- **Економія коштів на проведенні виставки.** Витрати на організацію онлайн стенду значно менші.
- **Економія часу та відсутність географічної прив'язки.** Можна приймати участь в декількох регіональних та міжнародних виставкових заходах одночасно.
- **Зручність.** Інтернет-маркетинг розвивається, покупки здійснюються з дому, але перед цим товари вивчають на сотнях сайтів, в тому числі на сайтах онлайн виставок.
- **Необмеженість.** Реальна виставка обмежена за площею та у часі, вона не завжди дозволяє експонувати всю продукцію учасника. А на віртуальній виставці можна розмістити весь перелік послуг та продукції цілодобово та на більш значний час.
- Можливість миттєвого **редагування інформації** щодо продукції та бренду

*Чи готова Ваша компанія до
результатів, які ви отримаєте після
участі у виставці?*

Твердження компанії

Твердження 1 – Ми готові адаптувати етикетки, рекламні матеріали і т.д. згідно вимог іноземних ринків.

Твердження 2 – Наша компанія фінансово стійка та може підтримати розвиток експорту.

Твердження 3 – Ми визначили, який з наших продуктів отримає визнання на міжнародному ринку (конкурентні переваги: ціна, якість, характеристики); наші виробничі витрати нижче або такі ж, як у наших конкурентів.

Твердження 4 – У нас є можливість забезпечувати поставки на міжнародні ринки

Твердження 5 – В нашій компанії є команда, яка відповідає за експорт. Рівень володіння іноземними мовами достатній для іноземних покупців.

Твердження 6 – Наша продукція вигідно відрізняється від продукції конкурентів як на місцевому, так і на цільовому іноземному ринках.

Твердження 7 – Наша компанія володіє достатніми виробничими потужностями, щоб відправляти продукцію на зовнішні ринки.

Твердження 8 – Ми можемо підтримувати незмінну якість експортної продукції.

Підготовка до виставки

Мета:

- Провести аудит готовності компанії до експорту
- Провести дослідження ринку
- Підготувати маркетингові (промо) матеріали
- Підібрати та підготувати персонал до роботи на виставці

Аудит компанії

Виявити **Сильні сторони**, **Слабкі сторони**, **Можливості** та **Загрози** за кожним напрямом

- *Продукт*
- *Ринок збуту*
- *Ціна та собівартість*
- *Виробництво*
- *Продажі та маркетинг*
- *Канал дистрибуції*
- *Логістика та оплата*
- *Ресурси та знання*

Зробити аналіз з точки зору виробника, експортера, закупівельника та кінцевого споживача

Сильні сторони



- ✓ В чому унікальність вашого продукту?
 - Сорти/Гібриди (ранні, LSL (Long Shelf Life) тощо)
 - Безпечне виробництво (Food Safety Systems, Organic)
 - Технологія доробки (Мийка, сушка, нарізка, заморозка тощо)
 - Пакування (Форма, Фасовка, Матеріал, Функціональність)
 - Логістика (Доставка)
- ✓ Які інші конкурентні переваги?
 - Технологічні
 - Географічні
 - Маркетингові

Слабкі сторони



- ✓ Які недоліки мого продукту, в технології виробництва, продажів тощо?
- ✓ Які складнощі виникають у коїєнта при взаємодії з вашим бізнесом?
- ✓ Що конкуренти роблять краще, ніж я?

Дослідження ринку

- Аналіз ринку
- Аналіз споживача (B2B та B2C)
- Аналіз продукту
- Аналіз пакування
- Аналіз логістики

**Виробляйте те, що продається.
А не продавайте те, що виробляєте!**

Безкоштовні інструменти ІТС у вашому розпорядженні

Rules of Origin Facilitator, <https://findrulesoforigin.org> – інформація щодо імпортних мит, застосовуваних для вашого товару на іноземних ринках, детальні правила походження та процедури сертифікації.

Trade Map, <https://www.trademap.org> (торгова статистика) – інструмент для визначення показників ефективності експорту, аналізу міжнародного попиту, пошуку даних компаній-експортерів та альтернативних ринків.

Market Access Map, <https://www.macmap.org> (тарифи) – інструмент для аналізу умов доступу на ринки країн у всьому світі, в т.ч. застосовувані тарифні ставки та обмеження, торгові угоди та нетарифні заходи.

Market Price Information, <https://mpi.intracen.org/home> – он-лайн інструмент для відстеження найсвіжішої інформації про ринкові ціни з різних джерел та за різними географічними районами; дозволяє відстежувати ціни на щоденній/щотижневій основі, а також пропонує ринкові новини для понад 300 видів сільгосппродукції.

Export Potential Map, <http://exportpotential.intracen.org> – ресурс для визначення торгового потенціалу товару/галузі/країни та оцінювання можливостей диверсифікації; дозволяє визначити товари/ринки та постачальників з невикористаним торговим потенціалом.

Standards Map, <http://www.sustainabilitymap.org> – аналіз та порівняння добровільних стандартів, що сприяють сталому розвитку та застосовуються у виробництві або торгівлі товарами/послугами.

Procurement Map, <https://procurementmap.intracen.org> – детальна інформація про понад 150 000 публічних тендерів. Використання цього інструменту сприяє розвитку підприємництва та пошуку нових ринкових можливостей.

Вимоги USDA до свіжої продукції з України

https://epermits.aphis.usda.gov/manual/index.cfm?REGION_ID=176&NEW=1&ACTION=countrySummCommPI

Аналіз продукту

- Вимоги до якості, розміру, кольору, калібру, рівню цукру, щільності, ваги тощо
- Вартість та ціна
- Сезонність
- Умови та строк зберігання
- Транспортабельність
- В якому вигляді постачати продукт: свіжий, чищений, митий, різаний, заморожений
- Сертифікати якості (харчова безпечність)

Аналіз пакування

- Вимоги до фасування (Матеріал, вид, дизайн, функціональність, зручність у користуванні, розміри))
- Вимоги до пакування при транспортуванні (розмір палети, коробок, матеріал)
- Маркування

Аналіз логістики

- Вимоги до пакування, щоб зменшити ризик пошкодження
- Розмір та тип авто, контейнеру (реф або ні))
- Температурні вимоги
- Умови поставки (Инкотермс)
- Документи
- Строк транспортування

Головний висновок після дослідження:

1. Краще розуміння вимог ринку
2. Відповідність вашого продукту вимогам ринку
3. Чи готові ви адаптувати **продукт, пакування, логістику, економіку** та **маркетинг** в цілому згідно вимог ринку?



Маркетингові матеріали

Мета: Зробити каталог, брошури, визитівки, які зрозуміло, чітко та правдиво зможуть розповісти про вас та ваш продукт (на основі сильних сторін та переваг)

Рекомендація: для ефективних продажів важливо, щоб клієнт відчував довіру до компанії-виробника (експортера). Важливо в загальних рисах представити технічні можливості та ресурси. Інформація про власників та менеджмент також сприяє більш позитивному сприйняттю. Якщо не буде довіри до компанії, то й продукцію покупати не будуть.

**ПРОДАЙТЕ КОМПАНІЮ, перш ніж
ПРОДАВАТИ ПРОДУКЦІЮ**

Вебсайт



- Імідж
- Візитна картка компанії
- Засіб інформації, реклама (новини, опитування споживачів тощо)
- Віртуальний офіс, який працює 24/7

Специфікації

На що звернути увагу:

- Опис продукту (колір, форма, розмір, строк та умови зберігання, сезонність, наявність сертифікатів на кожну позицію тощо)
- Фото
- Пакування (вид; кількість шт, кг, одиниць в коробці/ящику, кількість коробок/ящиків на палеті). Як саме ви відправляєте? Які модифікації можливі в пакуванні?
- Ціна
- Умови та способи оплати
- Способи доставки
- Контакти



Elevator Pitch

1. Визначити мету презентації (отримати контакт, запросити на стенд, домовитись про зустріч тощо)
2. Стислість - до 60 секунд
3. Доступність – має бути зрозуміло про що ви говорите. Особливо, якщо мова спілкування чи листування не ваша рідна.
4. Залученість – ваша презентація має викликати інтерес у співрозмовника
5. НЕ говорити узагальненими поняттями та шаблонами.
6. НЕ використовувати жаргонізми

Персонал

Навички:

- Розбиратися в продукті, виробництві, пакуванні, доставці, оплаті
- Англійська мова
- Вміти презентувати компанію та продукт за невеличкий проміжок часу (до 2-3 хв, або до 50-70 слів)
- Вміти комунікувати (запрошувати на стенд, виявляти потреби клієнта, підтримувати спілкування тощо)
- Вміти працювати на виставці та аналізувати продукцію конкурентів, виявляти тренди
- Вміти планувати та організовувати зустрічі
- Вміти змінювати стратегію взаємодії з клієнтами
- Високий рівень відповідальності

Володіє інформацією щодо:

- Продукту
- Сезонності
- Виробничі потужності та їх розширення
- Ціни та вартості
- Умови поставки та оплати
- Пакування

Будьте готові відповісти на можливі наступні питання

- Чому саме у вас варто купувати цей продукт, а не в будь-якій іншій компанії в світі?
- Як швидко ви зможете відвантажити замовлення?
- Чи є у вас торгівельний представник на цьому ринку?
- Який Ваш досвід на цьому та інших ринках?

Персонал

*... Ваша поведінка, манера спілкування та вчинки **створюють** бренд та імідж України на міжнародній арені.*





**Taste
with
Ukraine**



International
Trade
Centre



EU4Business



Швеція
Sverige



UNITED OF FRESH
2020
Live!

Дякую за увагу!