



РОССИЙСКИЙ
ЭКСПОРТНЫЙ ЦЕНТР

ЭКСАР

РОСЭКСИМБАНК

Рекомендации к содержанию презентации, КП и аналитической справки

Москва 2019



Типовые требования к презентационным материалам

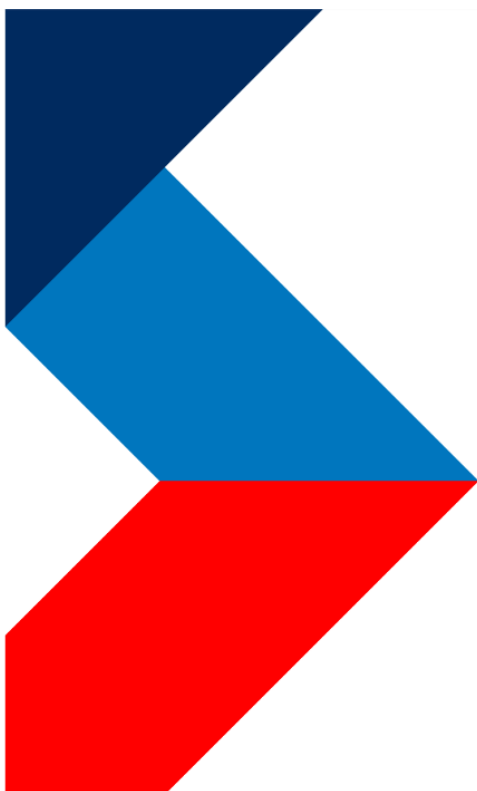


Цель презентации — привлечь интерес потенциального покупателя к продукции или услугам компании, предоставить информацию в максимально удобном и читабельном виде, подчеркнув достоинства и конкурентные преимущества.

Рекомендации по содержанию слайдов:

1. Титульный лист.
2. О компании, описание производства, география деятельности.
3. Конкурентные преимущества работы с российской компанией, ключевые особенности продукции, выгода для потенциального покупателя. Сравнительная таблица с другими производителями (по возможности).
4. Информация о продукции/услугах: качественные фото, характеристики, описание услуг (уникальные технологии, ноу-хау). Данный блок включает в себя несколько слайдов.
5. Гарантия, сервис, доступность компании для решения оперативных задач, филиальная сеть.
6. Ключевые партнеры, самые крупные реализованные проекты (при наличии международных компаний и проектов — обязательно).
7. Достижения, награды, сертификаты (международные), патенты, упоминания в СМИ.
8. Контактные данные, ссылка на сайт (на англ. яз., при наличии).

Типовые требования к коммерческому предложению



Цель коммерческого предложения – лаконично представить основную информацию о предлагаемых товарах/услугах, на основании которой будут проводиться первичные и последующие переговоры. Коммерческое предложение должно возбуждать и фиксировать интерес потенциального партнера путем указания на его возможные преимущества от сотрудничества с поставщиком.

Рекомендации по содержанию коммерческого предложения

Коммерческое предложение, как правило, должно соответствовать следующим требованиям:

1. составлено на 1-2 страницах;
2. оформлено на официальном бланке компании;
3. язык коммерческого предложения должен соответствовать требованиям целевой страны (см. прилагаемую Таблицу).

В целях проведения эффективной работы с импортерами коммерческое предложение компании в общем случае должно включать в себя:

1. краткое описание экспортируемых товаров/услуг с указанием ключевых количественных, качественных, технических характеристик;
2. индикативные цены для экспорта:
 - могут быть указаны в категориях «от...», «до...»;
 - указание цен на наиболее распространенных базисах для соответствующих отраслей и географических направлений, например CIF / FOB – DAP/DDP, как правило является преимуществом, улучшает восприятие Вашего предложения иностранным контрагентом;

- указывать внутренние цены, например, на базисах EXW/FCA стоит с большой осторожностью в том случае, если это является распространенной практикой для отрасли, или, например, логистическая составляющая незначительная и указанные внутренние цены являются заведомо выгодными даже после учета логистических издержек;
 - возможно указание в относительных ценах «ниже на столько-то процентов цен конкурентов/текущих рыночных цен» - при наличии четкой уверенности в Вашей способности убедительно показать данную выгоду при последующих переговорах;
 - может быть указание на возможности гибкого ценообразования в зависимости от объемов и иных условий поставок
3. возможные объемы поставок, периодичность и сроки отгрузок партий продукции сроки выполнения работ, наличие складских запасов, приближенных к местоположению покупателя;
 4. возможные условия расчетов по сделке (готовность предоставить отсрочку, предпочитаемые формы расчетов и т. п.),
 5. условия постпродажного и гарантийного обслуживания, необходимость осуществления наладки, монтажа, обучения лиц и др. (целесообразно отражать при наличии соответствующих возможностей);
 6. иные условия поставки товаров, выполнения работ, которые влияют на их стоимость (территориальное расположение заводов/складов, откуда может проводиться отгрузка товара, сроки доставки, выполнения работ);
 7. наличие международных сертификатов соответствия на продукцию/производство (при их наличии)
 - данный пункт особенно важно раскрывать, когда наличие международной сертификации выступает обязательным требованием целевого отраслевого или странового рынка, либо наличие у Вас сертификатов, равно как международных наград, медалей и т. п., является значимым конкурентным преимуществом, подчеркивает достоинства Вашей продукции
 8. основные конкурентные преимущества Вашей продукции и данные их подтверждающие. Данный раздел может являться своеобразным резюме предыдущих пунктов, кратко на ярко указывать на коммерческую выгоду Вашего предложения для контрагента;
 9. контактную информацию компании и канал коммуникации.

Требования к языку презентационных материалов и коммерческого предложения¹

Австрийская Республика	Немецкий
Королевство Бельгия, Люксембург	Английский, Французский
Республика Болгария	Английский
Соединенное Королевство Великобритании и Северной Ирландии	Английский
Венгерская Республика	Английский
Федеративная Республика Германия	Немецкий
Королевство Дания	Английский
Королевство Испания	Испанский
Итальянская Республика	Английский, Итальянский
Канада	Английский
Литовская Республика	Английский
Королевство Нидерландов	Английский
Королевство Норвегия	Английский
Республика Польша	Английский, Русский
Республика Сербия	Английский
Словацкая Республика	Английский
Соединенные Штаты Америки	Английский
Финляндская Республика	Английский
Французская Республика	Французский
Чешская Республика	Английский
Швейцарская Конфедерация	Английский
Королевство Швеция	Английский
Австралийский Союз	Английский
Алжирская Народная Демократическая Республика	Французский
Аргентинская Республика	Испанский

¹ В ходе непосредственной реализации услуг по требованиям отдельных категорий прорабатываемых иностранных контрагентов для предоставленных презентаций и коммерческих предложений на английском языке может требоваться дополнительный перевод на национальные языки.

Федеративная Республика Бразилия	Португальский
Социалистическая Республика Вьетнам	Английский
Арабская Республика Египет	Английский
Республика Индия	Английский
Республика Индонезия	Английский
Исламская Республика Иран	Английский
Китайская Народная Республика	Китайский
Республика Корея	Английский
Республика Куба	Испанский
Федерация Малайзия	Английский
Королевство Марокко	Французский
Республика Никарагуа	Испанский
Исламская Республика Пакистан	Английский
Королевство Таиланд	Английский
Турецкая Республика	Английский
Южно-Африканская Республика	Английский
Япония	Английский/Японский
Республика Армения	Русский
Азербайджанская Республика	Русский
Республика Абхазия	Русский
Республика Белоруссия	Русский
Республика Казахстан	Русский
Киргизская Республика	Русский
Республика Молдова	Русский
Республика Таджикистан	Русский
Туркменистан	Русский
Республика Узбекистан	Русский
Украина	Русский

Типовые требования к аналитической справке



Исходя из того, что продукт ориентирован на состоявшихся экспортеров или начинающих экспортеров с высокой степенью организационной готовности к экспорту аналитическая справка должна отражать степень понимания заявителем целевого рынка и его готовности к работе на нем.

Справка, в общем случае, должна отражать:

1. Описание продукции, коды ТНВЭД, сферы применения продукции
2. Общие характеристики внутреннего рынка целевой страны по соответствующему виду продукции:
 - количественные показатели, их динамика,
 - ключевые игроки: локальные производители, зарубежные поставщики, локальные крупнейшие потребители
 - ценовая конъюнктура
3. Статистика экспорта продукции (по коду ТНВЭД из РФ), статистика экспорта/импорта данной продукции целевой страны в торговле с третьими странами
4. Специфические требования целевой страны к импорту данной продукции (ставка таможенной пошлины, требования по маркировке, сертификации)
5. Профиль потенциальных партнеров (отрасль, подотрасль, тип компаний, примеры конкурентов локальных-зарубежных, сфера применения, смежные товарные группы, традиционно применяемые совместно с указанным типом продукции)
6. Вывод о потенциальной востребованности планируемой к экспорту продукции по соотношению цена (с учетом логистики и таможенных пошлин) / качество в сравнении с конкурентами.