

КОНЦЕПЦИЯ РЕАЛИЗАЦИИ КО-БРЕНДИНГОВОЙ ПРОГРАММЫ

«ЭКСПОРТЕРЫ 2.0»

Программа «Экспортеры 2.0»

Цель трансформаций:



Увеличение объёма экспортных продаж, заключение новых экспортных контрактов



Расширение географии продаж компаний-участников, выход на новые рынки



Формирование нового глобально конкурентоспособного продукта для экспорта



Итог программы:

Разработка экспортной стратегии компании с детальной дорожной картой

- Новые рынки
- Новые продукты
- Увеличение объема экспорта

Экспортеры 2.0

Экспорт становится одним из ключевых драйверов российского малого и среднего бизнеса. Глобальная конкуренция – новая реальность, российские предприниматели каждый день конкурируют с поставщиками товаров из Европы, Азии или Америки. Если у компании есть продукт, зачем останавливаться на российском рынке, когда объем платежеспособного спроса за пределами страны почти в 50 раз выше? Глобальность открыта всем, кто может предложить рынку уникальный товар – это не только крупные корпорации, но и малый и средний бизнес.

Бизнес-школа СКОЛКОВО и Российский экспортный центр представляют программу «Экспортёры 2.0», чтобы предприниматели смогли раскрыть свой экспортный потенциал:

расширить рынки сбыта, разработать дорожную карту и выйти на мировой уровень. В рамках программы предприниматели определяют конкурентные преимущества своего продукта на глобальном рынке, освоят необходимые инструменты продаж и маркетинга и смогут привлечь ресурсы для успешной внешнеэкономической деятельности

Эффект программы

МСП несырьевые экспортеры

1. Развитие международных продаж и увеличение экспорта
2. Расширение географии присутствия
3. Вывод продукта на новые рынки
4. Увеличение экспертизы в развитии международных продаж, развитие управленческих навыков

РОССИЙСКИЙ ЭКСПОРТНЫЙ ЦЕНТР

1. Нарастивание доли экспортеров в малом и среднем бизнесе, готовых к портфелю финансовых и нефинансовых мер поддержки РЭЦ
2. Увеличение объема и расширение географии продаж несырьевого экспорта в РФ
3. Увеличение кейсов и историй успеха

Московская школа управления СКОЛКОВО

1. Экспертная поддержка РЭЦ как ключевого института развития несырьевого экспорта
2. Совместное с РЭЦ нарастивание экспертизы по интернационализации малого и среднего бизнеса
3. Создание PR-материалов и продвижение повестки успешного российского предпринимательства

Модель образовательного блока

Отбор участников

Опыт участников программы

Семинары-мастерские

Экспертиза и лучшие практики



Продолжительность программы
4 модуля по 5 учебных дней каждый, перерыв между модулями 5-6 недель

Модуль 1.
Глобальный рынок

Модуль 2.
Конкурентоспособный продукт

Модуль 3.
Экспортная специфика

Модуль 4.
Модель международных продаж экспорта

Академические знания

Развитие компетенций и отработка навыков

Экспертные консультации



Участники:
50 человек



Язык обучения:
русский, английский
с синхронным переводом



Место проведения:
Кампус СКОЛКОВО,
г. Москва

СОДЕРЖАНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО БЛОКА ПРОГРАММЫ «ЭКСПОРТЕРЫ 2.0»

| | ГЛОБАЛЬНЫЙ РЫНОК | КОНКУРЕНТОСПОСОБНЫЙ ПРОДУКТ | ЭКСПОРТНАЯ СПЕЦИФИКА | МОДЕЛЬ МЕЖДУНАРОДНЫХ ПРОДАЖ ЭКСПОРТА |
|---|--|---|---|---|
| | Кампус СКОЛКОВО | Кампус СКОЛКОВО | СКОЛКОВО + РЭЦ | Кампус СКОЛКОВО |
| Лекции экспертов | Мировая экспортная конъюнктура – возможности | Подготовка продукта к международному рынку | РЭЦ: Введение в экспортную специфику, меры поддержки экспорта | Система международных продаж |
| Практические мастерские | Выбор рынка, расчет финансовой модели | Адаптация продукта, ценообразование | РЭЦ: Сертификация, налоги (возврат НДС), юридическое оформление, логистика | Выбор и построение каналов продаж |
| Семинары по маркетингу | Определение целевой аудитории, сегментов и ниш | Формирование ценностного предложения | РЭЦ: Международный нетворкинг, участие в мероприятиях и международных выставках | Дизайн и оптимизация сайта |
| Тренинги по международным продажам | Навыки работы с холодной клиентской базой | Навыки кросс-продаж | Стратегия ведения международных переговоров с клиентами и перспективными партнерами | Навыки работы с лояльными клиентами, стратегическими партнерами |
| Кейс-study | Разбор кейсов российских компаний-экспортеров | Разбор кейсов российских компаний-экспортеров | Международные правовые акты в области экспорта | Разбор кейсов российских компаний-экспортеров |
| Практическая работа с куратором по выходу на сделку | Практическая работа – текущие ресурсы компании | Практическая работа – подготовка к работе на целевых рынках | Выбор торговой площадки B2C/B2B, поиск партнеров и покупателей | Практическая работа – подготовка к экспортной сделке |

ВЫБОР ЦЕЛЕВЫХ РЫНКОВ/БАЗОВАЯ СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ

МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ/ФИНАНСОВЫЕ РЕСУРСЫ

СОПРОВОЖДЕНИЕ ДО ЭКСПОРТНОЙ СДЕЛКИ

МОДУЛЬ 1

Глобальный рынок

Цели модуля



Анализ собственных ресурсов и текущего положения дел в области экспорта



Определение целевой аудитории; сегмента рынка; продукта



Погружение в контекст развития мирового рынка через технологические тренды и распределения ресурсов на экономической карте мира



Результат модуля:



Подготовка презентаций с анализом текущего положения компании в области экспорта



Выбор потенциальных рынков и формирование требований для работы на них



Определение желаемого результата компании по продукту; целевой аудитории; рыночной нише



ТЗ на индивидуальное исследование рынка



ТЗ на создание первичной финансовой модели (плана продаж)

| 1 ДЕНЬ | 2 ДЕНЬ | 3 ДЕНЬ | 4 ДЕНЬ | 5 ДЕНЬ |
|--|---|--|---|---|
| <p>ОТКРЫТИЕ ПРОГРАММЫ</p> <p>Приветственное слово, краткое содержание программы, постановка задач для участников.</p> <p>Шаронов А.В. (СКОЛКОВО), Представители Минпромторга России и РЭЦ</p> | <p>ТРАНСФОРМАЦИЯ И РОСТ БИЗНЕСА В ЭПОХУ НОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ</p> <p>Томас Касас, профессор университета St.Gallen</p> | <p>РАСЧЕТ ФИНАНСОВОЙ МОДЕЛИ ДЛЯ ЭКСПОРТА</p> <p>Определение текущей финансовой модели и формирование модели на ближайшие три года</p> <p>Марат Воробьев, sfj capital</p> <p>Представитель фонда Nikolson Intenational</p> | <p>МЕЖДУНАРОДНЫЕ ТРЕНДЫ И ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ В МАРКЕТИНГЕ: СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ</p> <p>Юлия Ракова, директор по маркетингу Get Response Russia</p> | <p>ПРАКТИЧЕСКАЯ МАСТЕРСКАЯ:</p> <p>Стратегия выбора территории</p> <p>Ведущий (СКОЛКОВО) и Роэль Шпее, Глобальный лидер, plant location International</p> |
| <p>МИРОВАЯ ЭКСПОРТНАЯ КОНЪЮНКТУРА - ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ РОССИЙСКОГО МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА</p> <p>Наталья Волчкова, профессор Российской Экономической Школы</p> | <p>МЕЖДУНАРОДНЫЕ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ТРЕНДЫ</p> <p>Их влияние на устройство общества и появление новых рынков</p> <p>Павел Лукша, профессор практики Московской школы управления СКОЛКОВО</p> <p>Евгений Кузнецов, венчурный фонд Росатома, представитель Singularity University</p> | <p>КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ПРОЕКТОВ ПРИ ПРИВЛЕЧЕНИИ ИНВЕСТИЦИИ</p> <p>Венчурный и Private equity фонды</p> | <p>ТРЕНИНГ ПО ПРОДАЖАМ: НАВЫКИ РАБОТЫ С ХОЛОДНОЙ КЛИЕНТСКОЙ БАЗОЙ; SOCIAL SELLING</p> <p>Ольга Бондарева, Digital Power</p> <p>Timothy Hughes, Digital Leadership Associates</p> | <p>МАТРИЦА КРИТЕРИЕВ</p> <p>для выхода на международный рынок it компании на примере</p> <p>Антон Долгов, генеральный директор Первый бит</p> |
| <p>ИНСТРУМЕНТЫ АНАЛИЗА РЫНКОВ</p> <p>PWC/KPMG</p> | <p>ПРАКТИЧЕСКАЯ МАСТЕРСКАЯ:</p> <p>Анализ ситуации компании; текущее состояние экспортной деятельности) и определение желаемого результата экспорта</p> <p>Ведущий (СКОЛКОВО)</p> <p>Работа в группах с модераторами</p> | <p>ФОРМИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ КОМПАНИИ ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ, СЕГМЕНТОВ И НИШ</p> <p>Вячеслав Бувеский, директор по стратегии и операционной эффективности, PWC</p> | <p>МНЕНИЕ КОМПАНИЙ ИЗ АМСНАМ И НЕМЕЦКОЙ ТОРГОВОЙ ПАЛАТЫ</p> <p>(чем привлекательны российские товары и услуги для международного бизнеса)</p> | <p>ПОДГОТОВКА ПРЕЗЕНТАЦИЙ</p> <p>с анализом ситуации компании в области экспорта и желаемыми результатами от экспортной деятельности (продукт; целевая аудитория; объем экспорта и география экспорта)</p> <p>Модераторы и кураторы СКОЛКОВО</p> |
| <p>КЕЙС КОМПАНИИ BWT БАРЬЕР</p> <p>Игорь Мельников, global Development Director</p> | <p>ДОКЛАДЫ ГРУПП ПО АНАЛИЗУ СИТУАЦИИ</p> <p>и определению стратегических инициатив для дальнейшей проработки.</p> <p>Ведущий (СКОЛКОВО)</p> | <p>ЭФФЕКТИВНАЯ РАБОТА В КОМАНДЕ</p> <p>Алекс Микеров, центр импровизации В.С. Мейерхольда</p> | | <p>ДОКЛАДЫ ГРУПП</p> <p>Ведущий (СКОЛКОВО)</p> |
| <p>КЕЙС КОМПАНИИ BWT БАРЬЕР</p> <p>КЕЙС КОМПАНИИ МАША И МЕДВЕДЬ</p> | | | | <p>ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ ПЕРОВОГО МОДУЛЯ ПРОГРАММЫ И ПЛАНОВ РАБОТ НА МЕЖМОДУЛЬНЫЙ ПЕРИОД</p> <p>Ведущий и кураторы (СКОЛКОВО)</p> |

МОДУЛЬ 2

Конкурентоспособный продукт

Цели модуля



Знакомство с практиками кастомизации продукта под разные территории



Анализ продуктовой/сервисной ценности



Результат модуля:



Составление плана доработки существующего продукта для его продажи на целевые рынки



Формирование ценностного предложения продукта

МОДУЛЬ 2: КОНКУРЕНТОСПОСОБНЫЙ ПРОДУКТ

| 1 ДЕНЬ | 2 ДЕНЬ | 3 ДЕНЬ | 4 ДЕНЬ | 5 ДЕНЬ |
|---|---|---|---|---|
| УСТАНОВКА НА МОДУЛЬ Ведущий программы | ЭТАПЫ АДАПТАЦИИ ПРОДУКТА К МЕЖДУНАРОДНОМУ РЫНКУ Вячеслав Буевский, директор по стратегии и операционной эффективности, PWC) | АНАЛИЗ РЫНКОВ Обсуждение результатов кабинетного исследования рынков PWC/KPMG | DIGITAL MARKETING: GROWTH HACKING Юлия Ракова, директор по маркетингу Get Response Russia | ПАРТНЕРСКИЕ СХЕМЫ В БИЗНЕСЕ (CASE STUDY) Эксперт (СКОЛКОВО) |
| ФОРМИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ КОМПАНИИ: Аналитика текущего ценностного предложения для клиента Майкл Рукман, Senteo | ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА МЕЖДУНАРОДНЫХ РЫНКАХ Simon-Kucher & Partners | ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПОТРЕБНОСТИ В ИНВЕСТИЦИЯХ ДЛЯ ЭКСПОРТА Подготовка предложения для инвесторов Марат Воробьев, sfj capital | ТРЕНИНГ ПО ПРОДАЖАМ: НАВЫКИ КРОСС ПРОДАЖ, ИСКУССТВО ЦЕННОСТНОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ Владимир Якуба, бизнес - тренер | ПРАКТИЧЕСКАЯ МАСТЕРСКАЯ: Формирование ценности для разного уровня аудитории (Клиент; Партнер; Инвестор) Ведущий (СКОЛКОВО) Работа в группах |
| РЕДИЗАЙН ЦЕННОСТНОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ ДЛЯ КЛИЕНТОВ; ПАРТНЕРОВ И ИНВЕСТОРОВ В КОНТЕКСТЕ МЕЖДУНАРОДНЫХ РЫНКОВ Максимилиан Фон Зейдвидц, директор центра глобальных исследований и инноваций GLORAD | РАЗБОР КЕЙСОВ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ МСБ ДЛЯ ПРОДАЖИ В РАЗНЫЕ РЕГИОНЫ ТПП России | ИСТОЧНИКИ ПРИВЛЕЧЕНИЯ КАПИТАЛА Private equity фонд Венчурный фонд | ТРЕНИНГ «УПРАВЛЕНИЕ ВРЕМЕНЕМ» Марианна Лукашенко, ведущий эксперт консультант «Организация времени» | ДОКЛАДЫ ГРУПП Ведущий (СКОЛКОВО) |
| КЕЙС КОМПАНИИ | ПРАКТИЧЕСКАЯ МАСТЕРСКАЯ: Подготовка продукта к международному рынку; продумывание этапов Ведущий (СКОЛКОВО) | КЕЙС КОМПАНИИ | КЕЙС КОМПАНИИ | ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ ВТОРОГО МОДУЛЯ ПРОГРАММЫ Ведущий (СКОЛКОВО) Кураторы СКОЛКОВО |
| КЕЙС КОМПАНИИ | РАБОТА В ГРУППАХ Модераторы и кураторы (СКОЛКОВО) | | | |

МОДУЛЬ 3

Экспортная специфика

Цели модуля



Знакомство с инструментами государственной поддержки экспорта



Начало разработки дорожной карты экспортной деятельности компании



Результат модуля:



Список действий и ресурсов для обеспечения ВЭД



Список маркетинговых мероприятий и конкретных действий по каналам продаж



Список потенциальных партнеров и торговых площадок для работы



Разработка плана по использованию мер государственной поддержки

МОДУЛЬ 3: ЭКСПОРТНАЯ СПЕЦИФИКА

| 1 ДЕНЬ | 2 ДЕНЬ | 3 ДЕНЬ | 4 ДЕНЬ | 5 ДЕНЬ |
|---|---|--|---|---|
| УСТАНОВКА НА МОДУЛЬ Ведущий программы | ТАМОЖЕННАЯ ГРАМОТА Правила оформления экспортных сделок через таможеню; Налоговые возвраты и субсидии (возврат НДС; расходы на логистику) Представитель РЭЦ | ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ СОБСТВЕННОСТЬ при экспортной деятельности ЮРИДИЧЕСКОЕ СТРУКТУРИРОВАНИЕ ПРИ ЭКСПОРТНЫХ СДЕЛКАХ Общие лекции и консультации Фонд Сколково, Skolkovo Legal | ТРЕНИНГ ПО ПРОДАЖАМ: Стратегия ведения международных переговоров с клиентами и перспективными партнерами Маартен Ассер, приглашенный преподаватель Duke CE, Tuck School of Business at Dartmouth College, Cornell University и Indian School of Business | ТРЕНИНГ ОРАТОРСКОГО МАСТЕРСТВА (СТОРИТЕЛЛИНГ) Светлана Фоминых, «Человек слова» |
| ВВЕДЕНИЕ В ЭКСПОРТНУЮ СПЕЦИФИКУ Обзор инструментов Российского экспортного центра Представители РЭЦ (Федеральные и региональные) | СПЕЦИАЛЬНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ПОДДЕРЖКИ IT КОМПАНИЙ Минпромторг России Минкомсвязи России | ОСОБЕННОСТИ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА С ИНДИЕЙ; США, и т.д. (в зависимости от профиля группы) Ключевые потребительские тренды и построение дистрибуции. Экспортная логистика и налогообложение. E-com.кросс платформы и маркетплейсы Digital & On-Line & Off-Line продажи Эксперт по Индии Эксперт по США | ПЛАТФОРМЫ И ТОРГОВЫЕ ПЛОЩАДКИ B2B/B2C/B2G Светлана Миронюк, профессор бизнес-практики Московской школы управления СКОЛКОВО | ПРАКТИЧЕСКАЯ МАСТЕРСКАЯ: Ресурсная карта и алгоритм действий для ВЭД Ведущий (СКОЛКОВО) |
| DIGITAL MARKETING: АВТОМАТИЗАЦИЯ Павел Миловидов, управляющий партнер агентства интернет-маркетинга для сложных рынков Directiv | МЕЖДУНАРОДНЫЕ ПРАВОВЫЕ АКТЫ Минпромторг России | | ИНСТРУМЕНТЫ РАБОТЫ С ЦИФРОВЫМИ ПЛАТФОРМАМИ Арсен Думикян, ВВР, Сбербанк | ПОДГОТОВКА ИТОГОВЫХ ПРЕЗЕНТАЦИЙ Ресурсная карта и алгоритм действий для ВЭД Модераторы и кураторы СКОЛКОВО |
| СЕРТИФИКАЦИЯ Получение сертификата экспортера РЭЦ | МЕЖДУНАРОДНЫЙ НЕТВОРКИНГ Выставки и конференции: точка выхода на экспортные рынки РЭЦ | | ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПЛАТФОРМЫ ALIBABA (Сетап производства и продвижения с помощью платформы) Сергей Лебедев, директор по GR, директор по экспорту Alibaba.com | ДОКЛАДЫ КОМПАНИЙ Ведущий (СКОЛКОВО) |
| КЕЙС взаимодействия компании с РЭЦ | ОРГАНИЗАЦИЯ ЭФФЕКТИВНОГО НЕТВОРКА Hugh Mason, Co-Founder and CEO, JFDI.Asia | | | ОБСУЖДЕНИЕ ПЛАНА ПО ДОРАБОТКЕ ДОРОЖНОЙ КАРТЫ Ведущий (СКОЛКОВО) Кураторы СКОЛКОВО |

МОДУЛЬ 4

Модель международного экспорта

Цели модуля



Формирование дорожной карты экспортной деятельности компании



Финальная защита проектов



Прошедшая экспертизу дорожная карта экспортной деятельности, включая план по заключению экспортных сделок



Рекомендации для дальнейшего развертывания экспортной деятельности от инвесторов и экспертов программы

МОДУЛЬ 4: Модель международного экспорта

| 1 ДЕНЬ | 2 ДЕНЬ | 3 ДЕНЬ | 4 ДЕНЬ | 5 ДЕНЬ |
|---|--|---|---|--|
| <p>УСТАНОВКА НА МОДУЛЬ Ведущий программы</p> | <p>ДИЗАЙН, ЮЗАБИЛИТИ И ОПТИМИЗАЦИЯ САЙТА Эксперты компании Cooper</p> | <p>ОСОБЕННОСТИ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА С ЕВРОПОЙ; КИТАЕМ, И Т.Д. (в зависимости от профиля группы) Эффективные модели и точки входа в страну: Товарные знаки и законодательные ограничения. Упр. культура и деловой менталитет Экспортные барьеры/управление рисками Межбанковское взаимодействие: санкционные ограничения и пути преодоления Егор Переверзев, EKF Group (China) Дмитрий Кононенко, Немецкая торговая палата</p> | <p>ТРЕНИНГ «ЭФФЕКТИВНАЯ ПРЕЗЕНТАЦИЯ» Экспертиза текущих презентаций участников Юлия Грязнова, РАСО</p> | <p>УСТАНОВКА НА ЗАЩИТУ И ПРЕДСТАВЛЕНИЕ ЭКСПЕРТОВ Ведущий (СКОЛКОВО)</p> |
| <p>МОДЕЛИ ОТСТРАИВАНИЯ СИСТЕМЫ МЕЖДУНАРОДНЫХ ПРОДАЖ МСБ Александр Доманицкий, генеральный директор шиппинговой компании Delta Shipping lines и магазинов-реселлеров re:Store</p> | <p>ТРЕНИНГ ПО ПРОДАЖАМ: Отстраивание и автоматизация CRM систем Павел Ливча, сертифицированный тренер Terrasoft Salesforce</p> | <p>РАЗБОР ЮРИДИЧЕСКУЮ ФОРМУ И АСПЕКТЫ ЭКСПОРТНОЙ СДЕЛКИ Skolkovo legal</p> | <p>ПРАКТИЧЕСКАЯ МАСТЕРСКАЯ Выбор и построение канала продаж Ведущий (СКОЛКОВО)</p> | <p>ИТОГОВЫЕ ЗАЩИТЫ ДОРОЖНЫХ КАРТ экспортной деятельности компаний перед инвесторами и экспертами</p> |
| <p>МОДЕЛИ ПРОДАЖ В КОРПОРАТИВНОМ МЕЖДУНАРОДНОМ БИЗНЕСЕ (сервисы и продукты) Владимир Кулагин – партнер McKinsey, Москва</p> | <p>КЛИЕНТ КАК СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ПАРТНЁР: Навыки работы с лояльными клиентами, стратегическими партнерами Гил Петерсил, ведущий эксперт по нетворкингу в России</p> | <p>ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА С КУРАТОРАМИ Обсуждение шагов по подготовке к экспортной сделке Кураторы (Сколково)</p> | <p>СБОРКА ИТОГОВОЙ ДОРОЖНОЙ КАРТЫ Доработка презентации с кураторами Индивидуальные консультации с кураторами и консультантами</p> | <p>ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ; ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ ОТ ИНВЕСТОРОВ И ЭКСПЕРТОВ Ведущий и кураторы (СКОЛКОВО)</p> <p>ЗАВЕРШЕНИЕ ПРОГРАММЫ; фиксация плана работ с кураторами</p> |
| <p>КЕЙС КОМПАНИИ</p> | <p>КЕЙС КОМПАНИИ</p> | | | |

Варианты кейсов

- **ЛАПКА (LAPKA)**, производитель аксессуаров для индивидуальным мониторинга окружающей среды
- **WORLD OF TANKS** издатель и разработчик компьютерных игр
- **МАША И МЕДВЕДЬ**, производитель всемирно известного мультсериала
- **CSORT**, российский производитель фотосепараторов и оптических сортировщиков
- **ВЕЛЕС (VELES)**, производство почвообрабатывающей, посевной техники
- **ПЕРВЫЙ БИТ**, Международная ИТ-компания, интегратор ИТ-решений для учета и управления
- **СИБИРСКОЕ ЗДОРОВЬЕ**, производитель продукция для поддержания здоровья и красоты
- **СПЛАТ (SPLAT)**, производство, зубных паст, зубных щеток, средств гигиены и защиты полости рта
- **ВИВЬЕН САБО (VIVIENNE SAVO)**, производитель декоративной косметики
- **ДИАКОНТ**, разработки и производства высокотехнологичного оборудования для обеспечения безопасности и повышения эффективности в наукоемких отраслях промышленности
- **БИОКАД**, разработка и производство оригинальных и воспроизведенных лекарственных препаратов
- **ТАВРИДА ЭЛЕКТРИК**, продукты и решения для электроэнергетической отрасли, технологии «умных сетей» – Smart Grid
- **ИНФОВОТЧ (INFOWATCH)** – российский разработчик комплексных решений для обеспечения информационной безопасности организаций
- **ЛАБОРАТОРИЯ КАСПЕРСКОГО**, международная компания, работающая в сфере информационной безопасности
- **КАТАЛИЗАТОР**, разработка технологий приготовления катализаторов, носителей катализаторов, сорбентов для различных процессов химии, нефтехимии и других отраслей промышленности
- **ДЭШБОРД СИСТЕМС**, разработка программного продукта BoardMaps – системы автоматизации корпоративного управления
- **АРГУС-СПЕКТР**, разработка и производство беспроводных и проводных систем безопасности
- **ЭЙДОС-МЕДИЦИНА**, разработка и производство медицинских роботов-симуляторов для организации современного практического обучения
- **ЛАБОРАТОРИЯ «ВЫЧИСЛИТЕЛЬНАЯ МЕХАНИКА»**, цифровое проектирование и моделирование, создание цифровых двойников изделий и процессов
- **ВWT БАРЬЕР**, производство фильтров и фильтрующих систем для воды

Критерии отбора участников «Экспортеры 2.0»

Общая схема отбора



1

Отсев компаний по пороговым критериям участия

2

Заполнение собственником/управляющим директором на онлайн-площадке конкурса «Экспортного профиля компании» и «Личного профиля кандидата» (не менее двух от компании)

3

Команда экспертов проводит верификацию анкеты, дополнительно изучает состояние компании и перспективность продукта и составляет рейтинг компаний на основании баллов

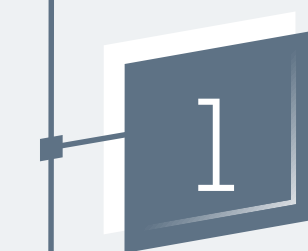
4

Проведение очного интервью-адмиссии с участниками из компаний

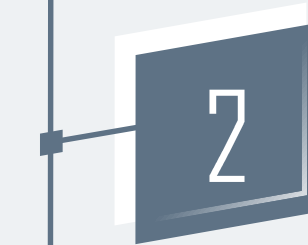
Критерии отбора участников «Экспортеры 2.0»

| Критерии | МАХ баллов |
|--|-------------|
| 1 блок – «Экспортный профиль компании» | 33,5 |
| Доля экспортной продукции в выручке компании | 8 |
| Доля основного товара на российском рынке | 5 |
| Наличие на производстве международного стандарта менеджмента качества ISO 9000 | 2 |
| Наличие готового к экспорту продукта/продуктов | 6 |
| Наличие офисов/представительств за рубежом | 1 |
| Наличие производственных мощностей за рубежом | 3 |
| Присутствие в сети Интернет | 1,5 |
| Понимание и выделение приоритетных рынков сбыта | 3 |
| Опыт продвижения товара на иностранных рынках | 1,5 |
| Кадровая готовность к экспорту | 2,5 |
| 2 блок – «Личный профиль кандидата» | 10 |
| Уровень образования | 2 |
| Знание иностранного языка | 1 |
| Должность кандидата | 3 |
| Личная мотивация и готовность к экспортной деятельности (экспертная оценка) | 4 |
| 3 блок – Экспертная оценка экспортных перспектив компании | 10 |
| Сумма | 53,5 |

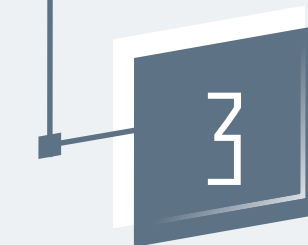
Система рейтингования участников отбора



Экспортный профиль компании (максимальное количество баллов 33,5).
Методика: компания отвечает на вопросы закрытого типа, которые имеют бальный вес. При анализе анкет эксперт верифицирует ответы компании.



Личный профиль кандидата (максимальное количество баллов 10).
Методика: участник отвечает на вопросы открытого типа, которые комплексно оцениваются экспертом (**6 баллов** за формальные критерии и **4 балла** за открытые вопросы). Учитывается результат лучшего кандидата от компании.

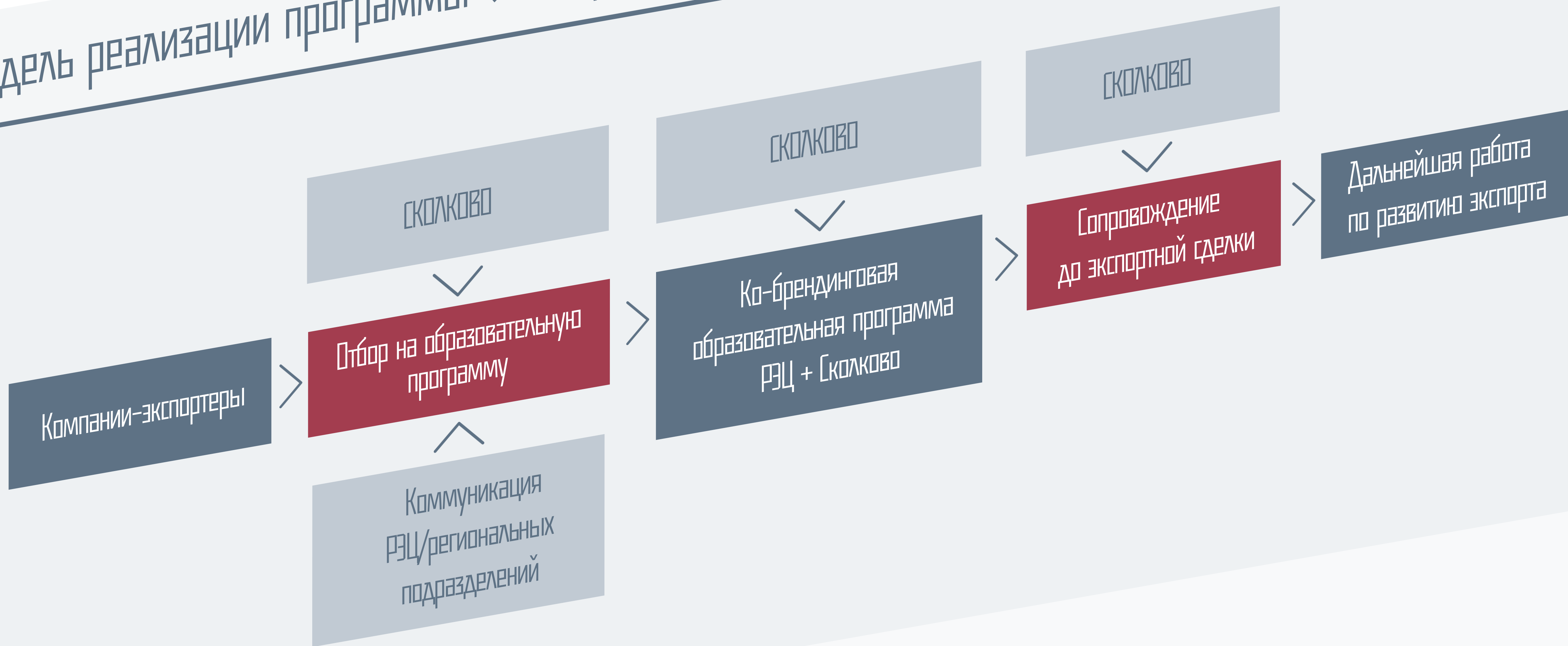


Экспертная оценка экспортных перспектив компании (максимальное количество баллов 10). Методика: проводится экспертами на основе личного анализа анкеты компании/компаний на рынке/перспективности продукта.



Итог: лидеры рейтинга попадают в очную адмиссию

Модель реализации программы «Экспортеры 2.0»



Куратор от SKOLKOVO

важная часть программы и обеспечения конверсии

В рамках программы обучения SKOLKOVO выделяет куратора, который будет работать с компаниями и сопровождать их до экспортной сделки, работать и отвечать на все необходимых вопросы (кураторы работают 1,5 года с начала обучения)



Область работы и функционал:

- Анализ компаний в рамках отбора
- Сопровождение в рамках образовательной программы
- Навигация по существующим мерам и инструментам поддержки
- Помощь в поиске партнеров и потенциальных клиентов
- Отраслевая и страновая аналитика
- Постоянное консультирование компании по текущим вопросам

Загрузка: Один куратор выделяется на 20 команд/участников

Место работы: г. Москва, SKOLKOVO, при необходимости возможны выезды в регионы

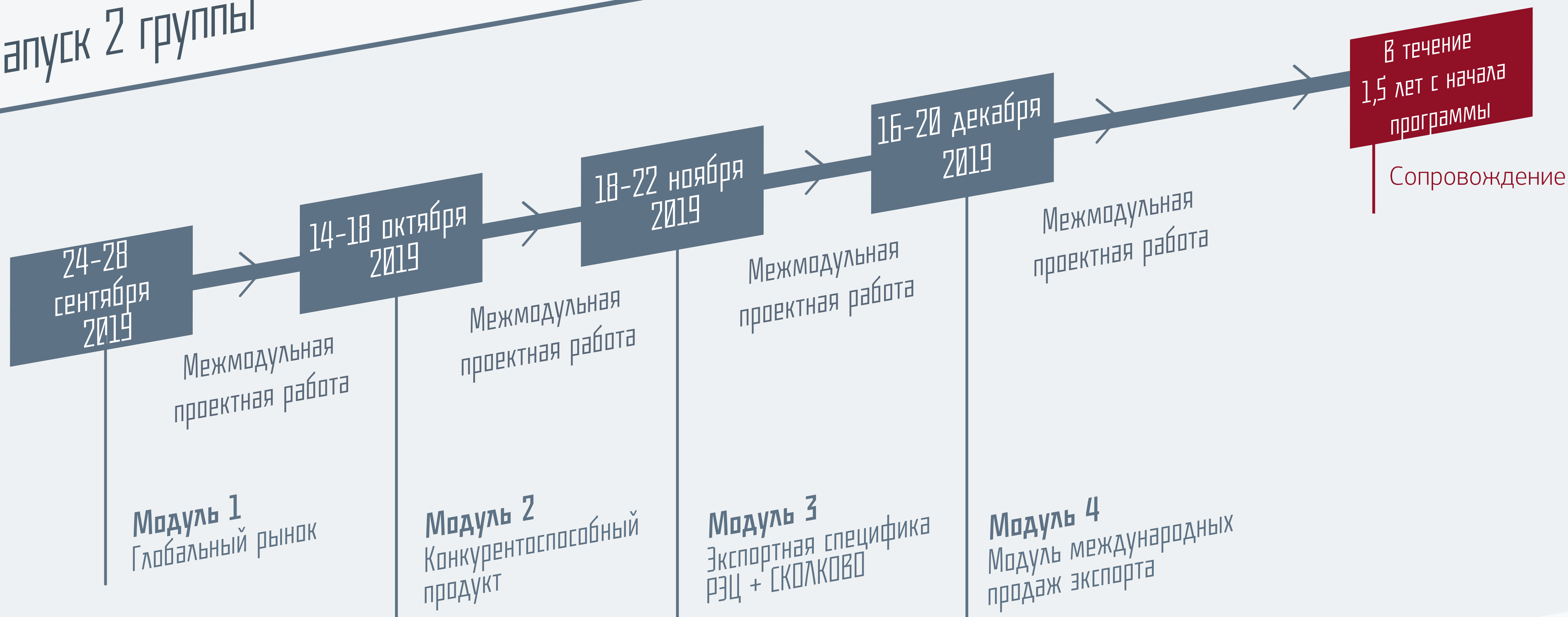
Взаимодействие с РЭЦ: Куратор знает инструменты поддержки РЭЦ и разъясняет/продвигает их для участников. Возможно сотрудничество кураторов с РЭЦ после окончания образовательного проекта

Профиль: опытный специалист с пониманием основных механизмов работы бизнеса, опыт работы руководителем бизнес-тренером или консультантом

Формат взаимодействия: очная работа, возможность работы модератором на образовательных модулях, регулярные звонки не реже 1 раза в 2 недели, обмен документами, консультации по необходимым вопросам

Основной результат: Успешность работы куратора оценивается по удовлетворенности участников и по количеству экспортных сделок, совершенными участниками программы в течение года

Запуск 2 группы



КОНЦЕПЦИЯ РЕАЛИЗАЦИИ КО-БРЕНДИНГОВОЙ ПРОГРАММЫ

«ЭКСПОРТЕРЫ 2.0»