



COOPERARE REGIONALĂ PENTRU
EXCELENȚĂ ANTREPRENORIALĂ

A: B-dul Carol I, nr. 4, et. 3, corp A, cam. 324 bis, 700506, Iași, România
T: 0232.214.778, F: 0232.214.779, E: office@esfcrea.ro, W: www.esfcrea.ro

Plan de export Model de bune practici

În cadrul trainingului „Pregătirea afacerii pentru comerț în alte Regiuni ale UE și export în afara EU” desfășurat în cele șase județe ale Regiunii de Nord Est, în primul an de implementare a proiectului CREA, s-au dezvoltat o serie de aplicații practice, reprezentativ pentru această temă fiind „Planul de export”.

Din analiza aplicațiilor practice efectuate de cursanți în primul an de implementare s-a selectat un model de bune practici, completat de participanți sub ghidarea prezentei schiței de plan de export.

Schița unui plan de export:

Cuprins	
Rezumat	Una sau două pagini maxim
Obiectivele programului de export a companiei	Formulati-va „obiectivul misiunii”. „Obiectivul misiunii” are patru elemente importante: <ul style="list-style-type: none">▪ Viziune: ce vrem să realizăm pe termen foarte lung?▪ Misiune: ce probleme vrem să rezolvăm pentru consumator?▪ Strategice: metoda prin care vrem să ne îndeplinim viziunea și misiunea (pe termen lung).▪ Obiective: ce dorim să realizăm în următorii trei ani (pe termen scurt). Există o necesitate de a exporta care urmează „obiectivului misiunii”?
Analiza situației actuale	Există alte necesități de export pentru compania dumneavoastră? Cunoașteți faptul că exportul are importante consecințe pentru afacerea dumneavoastră? Aveți timpul să vă pregătiți pentru export? Aveți mijloacele financiare pentru a vă pregăti pentru export? De exemplu: poate fi necesar să vă schimbați produsul (complet). Poate compania dumneavoastră să-și permită costul dezvoltării specifice a produsului? De analizat: <ul style="list-style-type: none">▪ Produse sau servicii▪ operațiuni▪ personal sau organizații de export▪ resursele companiei▪ structura industriei, competiția și cererea
Piața	Ar putea eforturile dumneavoastră să se îndrepte mai bine spre piața națională?



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



COOPERARE REGIONALĂ PENTRU
EXCELENȚĂ ANTREPRENORIALĂ

A: B-dul Carol I, nr. 4, et. 3, corp A, cam. 324 bis, 700506, Iași, România
T: 0232.214.778, F: 0232.214.779, E: office@esfcrea.ro, W: www.esfcrea.ro

	<p>Care piețe?</p> <p>Faceți o scurtă listă de piețe de export care convin cel mai bine companiei dumneavoastră!</p> <p>Faceți o alegere: limitativă la o singură piață – obiectiv.</p> <p>De analizat:</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Identificarea, evaluarea și selectarea piețelor țintă▪ selectarea produselor și stabilirea prețurilor▪ metode de distribuție▪ termeni și condiții▪ organizare internă și proceduri▪ ținte ale vânzărilor: previziuni privind profituri și pierderi
Produsul	<p>Ce produs(e) planificați să exportați?</p> <p>Sunt produsele dumneavoastră (în general) compatibile pentru export? Sau sunt adaptate cerințelor locale?</p> <p>Faceți scurte analize a calităților și defectelor produsului (produselor) selectate de dumneavoastră pentru export.</p> <p>Poate produsul (referitor la calitățile tehnice) să concureze pe piața de export?</p> <p>Trebuie produsul dumneavoastră să se adapteze pieței-obiectiv? (conformitate cu reglementările U.E.).</p> <p>Important: produsul dumneavoastră poate fi subiectul mai multor directive și standarde U.E.!</p> <p>Marcarea C.E. (C.E.= Conformitate Europeană) este obligatorie pentru un mare număr de produse industriale.</p> <p>Există excepții la libera circulație a bunurilor.</p> <p>Este necesară testarea produsului?</p> <p>Procedurile de testare costă bani și mult timp. Aveți resurse financiare și timpul necesar?</p> <p>Este produsul dumneavoastră necopiat?</p> <p>Produsul dumneavoastră nu intră în conflict cu patentele?</p> <p>Ambalarea dumneavoastră respectă reglementările locale?</p> <p>Credeți că este necesar să cereți un patent?</p> <p>Mărcile și modelele pot fi deasemeni protejate. Este necesar să le protejați?</p> <p>Calitatea produsului respectă cerințele destinatarilor / consumatorilor de pe piața-obiectiv?</p>
Prețul	<p>Care sunt prețurile celor mai importante produse concurente de pe piața-obiectiv?</p> <p>Poate produsul dumneavoastră – referitor la preț – să concureze pe piațaobiectiv cu toate costurile incluse?</p> <p>Costurile suplimentare ca rezultat al exportului sunt:</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Proceduri de testare▪ Ambalare



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



COOPERARE REGIONALĂ PENTRU
EXCELENȚĂ ANTREPRENORIALĂ

A: B-dul Carol I, nr. 4, et. 3, corp A, cam. 324 bis, 700506, Iași, România
T: 0232.214.778, F: 0232.214.779, E: office@esfcrea.ro, W: www.esfcrea.ro

	<ul style="list-style-type: none">▪ Transport▪ Depozitare▪ Asigurări (ex.: asigurarea de credit pentru export, asigurarea pentru transportul de bunuri)▪ Costurile băncii dumneavoastră▪ Documente de export▪ Comisioanele agentului
Distribuția	<p>Distribuiți produsul dumneavoastră înșivă (distribuție directă), sau încredințați distribuția altei surse (distribuție indirectă). Dacă piața obiectiv are un număr limitat de potențiali clienți, este probabil mai ieftină alegerea distribuției directe. Există mai multe metode pentru distribuția directă și indirectă.</p> <p>Distribuția directă</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Propriul dumneavoastră birou pe piața-obiectiv▪ Vânzarea directă, de exemplu: unui lanț mare de detailiști▪ Combinarea exportului▪ Internet▪ Distribuția indirectă▪ Distribuția piggy-back: produsul dumneavoastră este vândut de o firmă din țara dumneavoastră care exportă deja pe piața-obiectiv▪ Importator▪ Wholesaler <p>Alegerea dumneavoastră fie pentru distribuție directă fie pentru cea indirect depinde de mulți factori. De exemplu: bugetul dumneavoastră. Dacă bugetul dumneavoastră de marketing este limitat, exportul indirect este probabil cea mai bună soluție.</p> <p>Dacă vă planificați colaborarea cu un agent importator cât de mult vă puteți baza pe acesta? Agentul sau importatorul are suficiente cunoștințe despre produsul dumneavoastră? Agentul sau importatorul are suficiente cunoștințe despre piața-obiectiv? Are partenerul dumneavoastră o organizație profesionistă pentru service-ul după vânzare? Nu are partenerul dumneavoastră obligații conflictuale cu furnizorii de produse competitive? Sunt acordurile cu partenerii dumneavoastră trecute într-un contract? Ce legi ale țării sunt aplicabile acestui acord? Sub care din așa numiții "INCO-termeni" puteți să livrați cel mai bine bunurile? INCO este un sistem de calitate pentru livrarea bunurilor, organizat de către Camera de Comerț Internațională. Este acceptat internațional pentru comerțul cu bunuri.</p>
Promovarea	<p>Ce măsuri promoționale sunt necesare pentru comunicarea cu potențialii utilizatori/cumpărători?</p>



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



COOPERARE REGIONALĂ PENTRU
EXCELENȚĂ ANTREPRENORIALĂ

A: B-dul Carol I, nr. 4, et. 3, corp A, cam. 324 bis, 700506, Iași, România
T: 0232.214.778, F: 0232.214.779, E: office@esfcrea.ro, W: www.esfcrea.ro

	<p>Ce mărime are bugetul de promovare? Referitor la acest buget, care sunt cele mai eficiente măsuri promoționale ce pot fi folosite?</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Marketing direct▪ Publicitate (ziare, reviste, TV, radio)▪ Târguri comerciale▪ Website-uri <p>Aveți nevoie de ajutorul unei agenții de publicitate? Sau vă puteți efectua promovarea produsului dumneavoastră înșivă?</p>
Tactici: pași de urmat	<ul style="list-style-type: none">▪ Țările țintă principale▪ Țările țintă secundare▪ Eforturi indirecte de marketing
Bugetul de export	Evaluări preliminare ale situațiilor financiare
Planificarea implementării	<ul style="list-style-type: none">▪ Implementarea cu termene clare▪ Revizuirea periodică (rezultate măsurate comparativ cu planul inițial)
Anexă: date privind piețele și țările țintă	<ul style="list-style-type: none">▪ Date statistice și prognoze▪ Evenimente importante▪ Situația competitorilor

Planul trebuie privit și scris ca un instrument de management și nu ca un document static. Obiectivele din plan trebuie comparate cu rezultatele obținute pentru a măsura succesul diferitelor strategii. Nu trebuie să ezitați să modificați planul și să îl detaliați ori de câte ori aveți informații și experiențe noi. Un plan detaliat este recomandat companiilor care doresc să facă export direct. Companiile care aleg metode de export indirect, pot utiliza planuri mult mai simple. Multe companii încep activitățile de export fără nici un plan, fără studierea pieței, fără studierea alternativelor de intrare pe piață. Câtă vreme aceste companii nu-și pot măsura succesul există posibilitatea să piardă multe oportunități de export. Formularea unei strategii de export bazate pe informații de calitate și evaluări corecte, cresc șansele să luați cele mai bune decizii, să utilizați resursele potrivite și să faceți exact eforturile care să vă ducă la succes.



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013