

# Eksporta plāna veidošana



Valsts aģentūra Latvijas Investīciju un attīstības aģentūra  
Investment and Development Agency of Latvia

**Andris Alksnis,**  
**Eksporta veicināšanas nodaļa**

# **Eksporta plāns ir uzņēmuma eksporta stratēģijas sastāvdaļa**

- Sava uzņēmuma eksporta spējas analīze
- Eksporta piedāvājuma sagatavošana
- Eksporta tirgu izpēte un izvēle
- Budžets
- Tirgus apguves darbības plāns – eksporta plāns
- Piedāvājuma precizējumi
- Juridiskie jautājumi un riski
- Līguma noslēgšana
- Loģistika

## Uzņēmuma analīze - SVID (SWOT) analīze

<p><u>Stiprās puses (strength)</u></p> <p>Produkta vai pakalpojuma priekšrocības</p> <p>Pieejamie resursi, to cenas</p> <p>Jūsu atrašanās vieta, loģistikas izmaksas</p> <p>Jūsu eksporta pieredze, zinoši un pieredzējuši cilvēki</p> <p>Labā informētība par starptautiskiem tirgiem</p> <p>Starptautiskie partneri</p> <p>Uzņēmuma koncepcija ir strādāt eksportam</p>	<p><u>Iespējas (opportunities)</u></p> <p>Brīva tirgus niša</p> <p>Konkurentu trūkumi</p> <p>Jauni tirgus segmenti</p> <p>Produkcijas uzlabojumi, inovācijas</p> <p>Jaunas ražošanas iekārtas</p>
<p><u>Vājās puses (weaknesses)</u></p> <p>Reputācijas un atpazīstamības trūkums</p> <p>Piegādes laiks, produkta derīguma termiņš</p> <p>Jūs nevarat vai nespējat mainīties</p> <p>Valsts politika un atbalsta trūkums</p> <p>Uzņēmumā par daudz birokrātijas</p> <p>Pastāvīgi trūkst apgrozāmie līdzekļi attīstībai</p> <p>Nav spējīgu cilvēku</p>	<p><u>Draudi (trends)</u></p> <p>Politiskie šķēršļi un riski – tuvojas vēlēšanas</p> <p>Konkurentu spiediens</p> <p>Ekonomikas svārstības</p> <p>Inflācija un deflācija</p> <p>Uzņēmuma iekšējas problēmas</p> <p>Krāpšana, datorvīrusi u.c.</p>

# Eksporta piedāvājums (1)

## “marketing mix”

- Produkts (product) – kāds tas ir, kādas klienta vajadzības un prasības tas apmierina
- Cena (price) – cenas veidošanas politika un piedāvājums klientam
- Komunikācija ar klientu (promotion) – kā jūs pārliecināsiet klientu
- Piegādes vieta (place) – ērtības klientam, kur un kā piegādāsiet preces



## Eksporta piedāvājums (2)

### Produkts, izskats, iepakojums, garantijas

- Vai Jūsu produkts atbilst standartiem un vides sertifikācijas prasībām
- Vai Jūsu produkti ir droši (analīžu rezultāti, CE sertifikācija)
- Iepakojuma atbilstība
  - transporta iepakojums
  - pašas preces iepakojums
  - marķējums
  - iepakojuma drošums un reciklēšanas iespējas
- Produkta dizains, inovācija un kreativitāte
- Kāds ir garantijas piedāvājums Jūsu produktiem
- Vai ir pieejamas nepieciešamās rezerves daļas
- Vai ir garantijas remontam specializēts darbaspēks



# Eksporta piedāvājums (3)

## Cena

### Cena

- cenas veidošanās
- viena cena visiem
- dažādas cenas dažādiem klientiem
- iekļaujam eksporta cenā visus izdevumus – “riktīgi uzvārāties”
- piemērojamies cenu svārstībām Latvijā un citās valstīs
- dempingojam un tā atviegloram ieiešanu tirgū
- uzturam ļoti augstu cenu un meklējam “high - end” klientus
- Vienmēr jāzina minimālā cena līdz kurai var atkāpties

# Tirgus apguves darbības plāns - Eksporta plāns (1)

## Organizatoriskie aspekti

- Uzņēmuma īpašnieku un menedžmenta atbalsts
- Eksporta aktivitātēs iesaistītie cilvēkresursi (ražošanā, pārdošanā)
- Lēmumu pieņemšana un atgriezeniskā saite (atskaites par padarīto)
- Līdzsvars starp ikdienas darbību un eksporta aktivitātēm
- Stratēģiskie partneri



## Tirgus apguves darbības plāns – Eksporta plāns (2)

- Kuri produkti vai produktu grupas kā pirmie tiks virzīti tirgū – vai dārgākie, vai lētākie, vai konkurētspējīgākie
- Vai produkti tiks virzīti ar jūsu uzņēmuma zīmolu, vai ar distributora zīmolu, vai tikai sniegsiet izgatavošanas pakalpojumu (“subcontracting”, “outsourcing”)
- Kādi mārketinga instrumenti tiks izvēlēti:
  - Tiešās mārketinga kampaņas
  - Tiešās vizītes pie klientiem
  - Izstādes un kontaktbiržas
  - Aģenti, konsultanti un pārstāvniecības
  - sadarbība ar tirdzniecības veicināšanas organizācijām (gan Latvijā, gan ārvalstīs)
  - Internets
- Kuros masu informācijas līdzekļos un medijos reklamēsieties
- Uzmanīgi jāiztulko un jāpielāgo mūsu katalogi, bukleti, jāpilnveido mājas lapas informācija mērķa tirgu specifikai

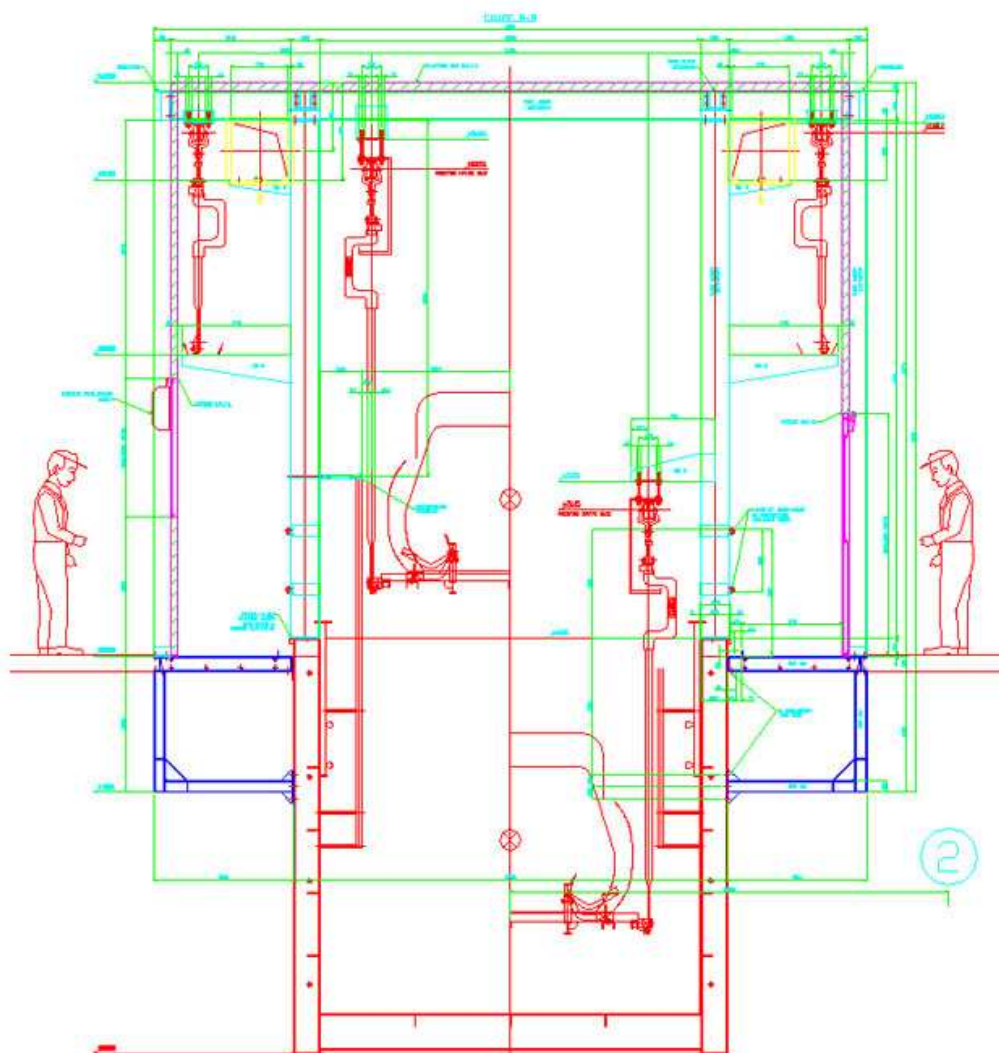
## Tirgū tiek virzīts gala produkts

- Izpētām vairākus mērķa tirgus un sākotnēji izvēlamies vienu vai divus
- Sagatavojam savu piedāvājumu atkarībā no mērķa tirgu specifikas
- Sastādām cenu lapas un iespējamo atlaižu kalkulāciju
- Izvēlamies prioritārā secībā, kādus potenciālos partnerus uzrunājam vispirms
  - tiešos gala patērētājus
  - aģentus
  - vairumtirgotājus vai mazumtirgotājus
  - specializētus kādas nozares pircējus, kam var interesēt tieši jūsu produkts
  - citi varianti

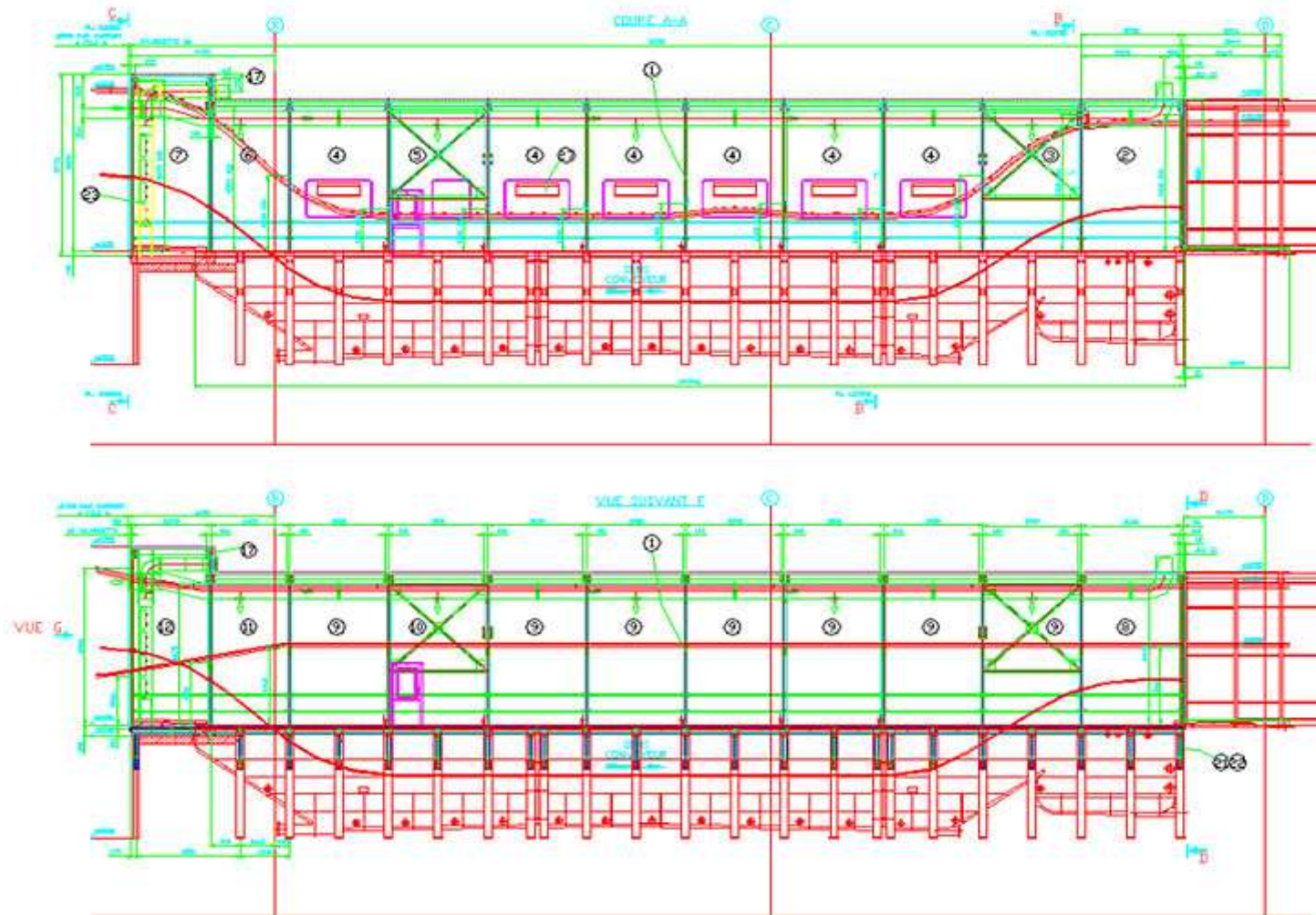
# Tirgū tiek virzīts pakalpojums - piegāde un kooperācija “subcontracting”

- Izpētām sava uzņēmuma eksporta iespējas
- No datu bāzēm atlasām kompānijas, kurām varētu interesēt jūsu tehnoloģiskās iespējas, pakalpojums vai gala produkti
- Sagatavojam piedāvājumu
- Uzrunājam
  - gala produktu ražotājus
  - piegāžu ķēdēs par Jums augstāk esošus piegādātājus
  - aģentus, nozares konsultantus
  - dizainerus, tehnologus, produktu attīstītājus, u.c.
- Ne reti gadās, ka ir iespējami citādi kooperācijas risinājumi nekā Jūs sākumā sagaidiet, ja atrastais partneris pats ir pakalpojuma sniedzējs
- Vizīte jūsu uzņēmumā vai vizīte pie potenciālā partnera
- Tālāki piedāvājuma precizējumi, rasējumu un tehniskās dokumentācijas saskaņošana

## Piemērs 1



## Piemērs 2



## Uzņēmuma ieguldījumi

- Laiks, kas tiek patērēts partneru atlasei no pieejamām datu bāzēm
- Maksa par datu bāzēm
- Sakaru pakalpojumi par komunikāciju ar potenciālajiem sadarbības partneriem
- Brauciena izdevumi pie potenciālā partnera, uz izstādi, kontaktbiržu vai tirdzniecības misijā (dalības maksas, naktsmītnes, dienas nauda, u.c.)
- Uzņēmuma kopējie mārketinga izdevumi (katalogi, publicitāte, u.c.)
- Darba algas mārketinga speciālistiem
- Darba alga tehnologam
- Darba alga tāmētājam
- Materiāli un iekārtas paraugu izgatavošanai
- Uzturēšanas izmaksas (sakari, telpas, administrācija, grāmatvedība, apkure, utt.)

# Tirgus apguves darbības plāns - Eksporta plāns (3)

## Plāna realizācija

- Kādā secībā un ko darīsim?
- Kādi būs mūsu partneri?
- Uz kuriem dosimies vispirms, kā brauksim, kur dzīvosim?
- Kurās valodās runāsim?
- Kādus materiālus ņemsim līdzi?
- Vīzas?



# Tirgus apguves darbības plāns - Eksporta plāns (4)

## Finanšu plāns

- Naudas resursu avoti
- Plāna realizēšanas izmaksas (valūtas kursu svārstības, apdrošināšana, braucieni, pasta un telekomunikāciju pakalpojumi, tulkojumi, komisijas maksas, konsultanti, aģenti, pārvadātāji, iepakojuma piemērošana)
- Mārketinga izmaksas
- Citi izdevumi
- Nodokļi
- Jūsu operacionālais budžets

## Tirgus apguves darbības plāns - Eksporta plāns (5)

- **Likumiskie un loģistikas nosacījumi**
- Intelektuālā īpašuma aizsardzība – konfidencialitātes līgumi
- Citi nosacījumi
- Kura puse izvēlas transporta veidu, apdrošināšanu un samaksu par šiem pakalpojumiem
- Dokumentācijas sagatavošana
- Pakalpojumu sniedzēju izvēle



# Tirgus apguves darbības plāns -Eksporta plāns (6)

## Riska faktori

- Debitoru riski
- Biznesa vides riski
- Valūtu kursu svārstību riski
- Politiskie riski
- Starpnieku riski
- Savas ražošanas un ražošanas kapacitātes riski
- Loģistikas riski
- Komunikācijas un informācijas apmaiņas riski



## “Strīda āboli” un problēmas

- “Mūsējie” neatbild uz faksiem, e-pastiem, tālruņa zvaniem
- Joprojām vājas svešvalodu zināšanas
- Vājas tehnisko terminu svešvalodu zināšanas
- “Milzoņu” anketas un citi “anketētāji”
- Programmatūras pieejamība (AutoCad, SolidWorks)
- Tehnisko rasējumu izgatavošanas darba apjoma pārnese uz vietējiem uzņēmumiem
- Vai ir pilnīga skaidrība par citu valstu standartiem un materiālu apzīmējumiem
- Vai Latvija ir “muļķu zeme”

# Mūs sagaida sūra darba periods

**Motto: “We accept contracts – not contacts!”**

**Pirmo kontaktu grupa** – veicot tiešo mārketingu, izstādē, tirdzniecības misijā, kontaktbiržā, atrodot Jūsu profilu nozares katalogā vai kādā citā datu bāzē, potenciālajam pasūtītājam apmeklējot vēstniecību, LIAA vai LIAA pārstāvniecību, pa tālruni, pa e-pastu, no starpnieka

**Otro kontaktu grupa** – zīmējumu vai rasējumu saņemšana, pirmās informācijas sniegšana par cenu līmeni; zīmējumu un rasējumu precizēšana, pirmais izcenojums;

**Trešo kontaktu grupa** – precīzo rasējumu izgatavošana un precizēšana, iespējamie cenu precizējumi;

**Ceturto kontaktu grupa** – pirmā iepazīšanās vizīte Latvijā vai pie pasūtītāja ārzemēs;

**Piekto kontaktu grupa** – pārējie cenu precizējumi, iepakojums, transporta veids, piegādes termiņi, u.c.

un **varbūt kontrakts !!!**



**Nākošā tēma: Ieiešana tirgū – kā uzrunāt klientus un tos nepazaudēt**



Valsts aģentūra Latvijas Investīciju un attīstības aģentūra  
Investment and Development Agency of Latvia

**Pērses iela 2, Rīga, LV 1442, Latvija**

**Tālr.: +371 67039400**

**Fakss: +371 67039401**

**E-pasts: [liaa@liaa.gov.lv](mailto:liaa@liaa.gov.lv)**

**[www.liaa.gov.lv](http://www.liaa.gov.lv)**