«Маркетинговое продвижение продукции и услуг региональных субъектов МСП на зарубежные рынки» 19 декабря 2018г., г. Липецк

Ведущий семинара: Сергей Юрко (Рязань), руководитель международных проектов компании «Мостком», разработчика и поставщика оборудования высокоскоростной лазерной связи в США, Европу и Юго-Восточную Азию.

В течение нескольких лет работал в Индии и Малайзии по вопросам военно-технического сотрудничества, организовывал экспортную деятельность в области солнечной энергетики.

Преподаватель Российского экспортного центра (Москва).

1. Введение.

1.1. Понятие, сущность, цели и особенности международного маркетинга

1.2. Особенности комплекса маркетинга 4P (product, price, place, promotion) при экспортной деятельности.

1.3. Определение уникальных преимуществ товара и его мультиатрибутивной модели для выбора инструментов и стратегии выхода на зарубежные рынки.

2. Выход на зарубежные рынки

2.1. Маркетинговые исследования при выборе международного рынка: виды, преимущества и недостатки. (Кабинетное и полевое исследование).

2.2. Источники информации для проведения предварительного анализа

2.3. (кабинетного исследования) стран и потенциальных рынков.

2.4. Способы поиска иностранного покупателя (активный и пассивный).

2.5. Определение вида покупателя (оптовый, розничный, конечный, посредник).

2.6. Проверка покупателя и способы проверки.

2.7. Международные продуктовые стратегии (расширение, адаптация, изобретение).

2.8. Оценка готовности своего продукта к адаптации на выбранном внешнем рынке. Сертификация продукции.

3. Каналы продаж и способы обеспечения доступа клиентов к товару.

3.1. Прямые и многоуровневые каналы распределения, посредники и дистрибьюторы.

3.2. Прямой экспорт и тендеры (розничные и корпоративные продажи, открытые/закрытые торги, конкурсы, аукционы).

4. Продвижение

4.1. Специфика рекламы по странам.

4.2. Международные выставки как инструмент продвижения.

4.3. Использование господдержки экспортно-ориентированных предприятий. Портал ВЭД и работа с торговыми представительствами.

4.4. Интернет-маркетинг. Подготовка сайта к оптимизации SEO (Search Engine Optimization). Автоматизированное продвижение сайта с помощью ссылочных агрегаторов.

4.5. Социальные сети.

4.6. E-mail маркетинг.