

image not found or type unknown



Для начала определим “внешность” рынка. Это выход за пределы работы Российской Федерации.

Когда выходим на внешний рынок ? Для ответа на этот вопрос берем в расчет несколько факторов. Первый - устойчивое финансовое положение в “домашнем” регионе. Достаточные накопления которых хватит на содержание бизнеса в течение 6-ти месяцев даже если полностью остановятся продажи и поступления от внешних клиентов. Второе выбор рынка на который выходить , только тот где уже есть подобные компании, отрасль находится в развивающейся, растущей фазе. Быть первопроходцем не наша стратегия.

Как выходить?

Открытие и развитие филиалов достаточно ручной процесс, особенно в новых странах, это доказал предыдущий опыт работы уже в 20-ти странах. Поэтому мы выбираем постепенную экспансию 3-мя - 5-тью командами в три-пять стран одновременно. Первый год установочный, далее в геометрической прогрессии ежегодно.

На какие рынки выходить ?

В первую очередь это рынок с развивающейся экономикой, максимально близкой по состоянию к СНГ. Средним уровнем дохода от 500 до 1000 уе на человека. С низкой степенью поддержки государством образования и высоким желанием населения покинуть страну.

При выходе на внешние рынки мы будем использовать иерархическое построение модели: жесткий контроль , высокую степень рисков и низкую гибкость. Модель бизнеса хорошо описана, сформированы поддерживающие сервисы позволяющие работать либо так , либо никак.