

image not found or type unknown



## **Основные этапы:**

### **1. Исследование**

- Сформулировать список рынков которые нам потенциально интересны
- Собрать информацию об этих рынках (размер, конкуренты, особенности, подходит ли продукт на этом рынке, подходит ли as is или нужны изменения)

### **2. MVP**

- Минимальное количество действий чтобы продукт мог работать на выбранных рынках (через агентства, партнеров, аутсорс)

### **3. Тестирование**

- Начать продавать на этих рынках

### **4. Чистка**

- Определить рынки-лидеры - те, на которых наш MVP показывает наилучшие результаты, укладывается в юнит-экономику
- Рынки которые работают в убыток - отказаться
- Не в убыток, но не лидеры - не вкладывать в них усилия, если это возможно. Если тратятся ресурсы/фокус - отказаться
- Лидеры - усилить

### **5. Усиление**

- Оценить какие улучшения максимально увеличат продажи за промежуток времени, составить роадмап
- Переводить экспертизу извне (с партнеров) на себя
- Переводить операции и процессы извне (например логистика и маркетинг) на себя, там где это экономически целесообразно

*Далее из каких подзадач строится выход на новый рынок. И возможные сценарии как их сделать на этапах MVP и на этапе Усиление*

**Цель этапа MVP** - войти на рынок, получить первые продажи, не работать в убыток. Сделать это максимально быстро и без вреда основному бизнесу.

**Цель этапа Усиление** - занять максимальную долю рынка. Собрать знания, экспертизу внутри компании. Переводить операции и бизнес-процессы на себя.

## Маркетинг

Как пользователи узнают о нашем продукте? Например: платная реклама (facebook, google), influencer'ы, маркетплейсы (amazon, ebay, wish...), выставки, SEO и т.д.

**MVP:** текущая команда или агентство. Выбрать перспективные каналы, протестировать каждый

**Усиление:** отдельная команда: прокачивать каналы, которые показали эффективность

## Каналы продаж

Где будут покупать наш продукт? У нас на сайте или на маркетплейсе или в оффлайне или еще где-то?

**MVP:** выбрать не более 3 наиболее перспективных. Оффлайн скорее всего не трогать, начать либо с сайта либо с маркетплейсов

**Усиление:** зайти во все каналы, в порядке от наиболее эффективных к наименее. Эффективность состоит из объема, стоимости, сроков запуска

## Логистика

Как продукт дойдет до покупателя? Откуда будем отправлять? Будем ли хранить в стране отправки и отправлять оттуда? Что с возвратами?

**MVP:** 3-rd party logistics или FBA или отправка Почтой России

**Усиление:** сравнить, но чаще всего 3PL или FBA все равно будет выгоднее, чем делать свой собственный склад и fulfilment

## Продажи

Нам нужен отдел продаж? Кто будет заниматься продажами? Как они будут это делать?

**MVP:** руководитель из текущей команды, продавцы - part time локальные фрилансеры

**Усиление:** локальные продавцы на fulltime, необязательно в офисе

### **Локализация**

Кто будет переводить, как пользователь будет попадать на соответствующую версию сайта, как переводы будут реализованы на уровне сайта, как будут интегрированы во все процессы в компании: разработки, дизайна, маркетинга. Локализация SEO.

**MVP:** зависит от текущей архитектуры продукта. найти самое быстрое решение

**Усиление:** реализовать хорошее решение, которое не тормозит в дальнейшем развитие продукта на каждом из рынков

### **Адаптация**

Надо ли что-то изменить в продукте для этого рынка? Например состав, упаковку, в случае с интернет-магазином - ассортимент, и т.д.

**MVP:** если ничего не менять, качество продукта можно оценить как "удовлетворительно"? Если неудовлетворительно - надо менять

**Усиление:** как адаптировать продукт чтобы было "отлично", а не "удовлетворительно"? Бросить на это все силы

### **Прием платежей**

Как пользователи платят в нужной стране? Картами или наличными или как-то еще? Какие методы оплаты им нужны? Как нам эти методы подключить? Если картами не платят, а платят курьеру наличными - влияет на логистику.

**MVP:** определить какие варианты оплаты "обязательные", реализовать только их.

**Усиление:** дать максимум нужных способов оплаты, чтобы пользователю было удобно - увеличить за счет этого конверсию в продажи

### **Поддержка**

Кто будет поддерживать пользователей и покупателей? На каком языке? В каких каналах коммуникации?

**MVP:** найти аутсорс компанию

**Усиление:** собрать внутри из удаленщиков

## **Налоги**

Какие и где мы должны заплатить налоги и сборы? Какие варианты в зависимости от того, какая будет схема логистики и методы оплаты?

**MVP:** реализовать вариант который не будет убыточным или нарушающим требования регуляторов

**Усиление:** реализовать вариант при котором будет максимальная прибыль

## **Представительство**

Нужно ли нам представительство или юр. лицо в данной стране? Или в какой стране нужно чтобы работать с данной страной? Пересекается с оплатой, логистикой, налогами

**MVP:** зависит от приема платежей, логистики, налогов, маркетинга, каналов продаж. Если можно - представительство не делать

**Усиление:** надо делать, вероятно лучше делать представительство в одной стране, которая наиболее подходит для экспансии на несколько рынков (например США, Гонконг, Сингапур и т.д.). В каждой стране присутствия - скорее нет, но зависит от кейса. Другой момент - оценить какие льготы можно получить на месте (поддержка государства, льготы по налогам, технопарки и пр.)

## **Офис**

Нужен ли нам офис? Для чего?

**MVP:** не нужен

**Усиление:** если будет продиктовано каким-то из остальных пунктов

## **Сертификация, лицензии**

Надо ли сертифицировать наш продукт или получать лицензии в данной стране? Как это сделать?

**MVP:** начать делать как можно раньше

**Усиление:** патенты, торговая марка

## **Команда**

Как будет организована наша компания? Разделение по рынкам или по функциям? Кто будет отвечать и за какие функции (маркетинг, продажи, продукт, поддержка, администрирование и т.д.) на каждом рынке

**MVP:** найти идеальную комбинацию которая: А) не повлияет негативно на текущий уже работающий продукт и рынок Б) позволит делать выход на новый как можно более быстро

**Усиление:** перестроиться так чтобы на всех рынках двигаться максимально эффективно, найти точки в которых лучше распределять один ресурс на все рынки (например разработка), а в каких наоборот распределить ресурсы и зоны ответственности (например маркетинг)

В этом материале я лишь перечислил список задач и вопросов, о которых надо подумать, когда вы собираетесь начать продавать свой продукт за рубежом. Без подробностей и деталей как именно решать ту или иную проблему.

Поделитесь в комментариях, какие темы стоит раскрыть подробно в следующих материалах? В какой теме у вас не хватает экспертизы и это тормозит рост вашего бизнеса? Маркетинг? Локализация? Или международная логистика? Или прием платежей?