

РОССИЙСКИЙ
ЭКСПОРТНЫЙ ЦЕНТР

 ЭКСАР

 РОСЭКСИМБАНК

Организация каналов экспорта

Экспортная электронная торговля

Экспортная электронная торговля – выход на многомиллионные рынки



Электронный площадки, на которых предполагается обеспечить продвижение российского экспорта в первую очередь

Средняя посещаемость электронных площадок в месяц **4 млрд. пользователей**

Экспортная электронная торговля

Условия и модели выхода

Трансграничные электронные торговые площадки

Не требуется вывоза товара до момента сделки

Размещение на электронной торговой площадке с рос. юр.лицом

Модель 1

Совместное обучение



Минимальные платежи за регистрацию и размещение товара

Работа напрямую с маркетплейсами. Организация совместных программ обучения

Модель 2

Работа с сервисными партнерами



1399\$ до 6499\$ на 1 экспортера (регистрация + маркетинг)

Работа через аккредитованных сервисных партнеров, которые оказывают услуги по размещению и продвижению на маркетплейсах

Внутристрановые маркетплейсы

Вывоз товара осуществляется до момента сделки

Требуется наличие юр.лица в стране ввоза

Модель 3

Создание каналов экспорта



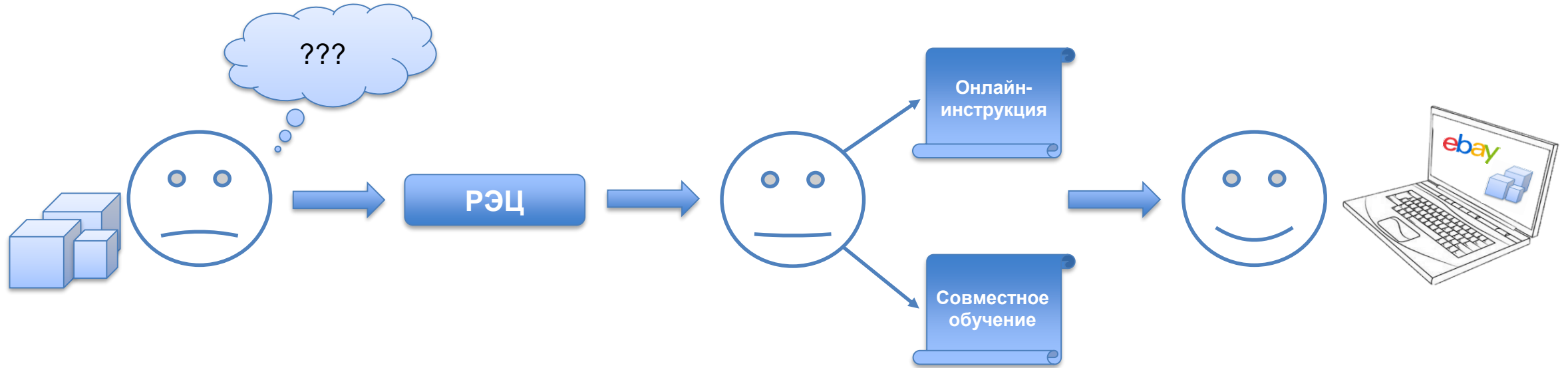
50 000\$ до 100 000\$ на 1 экспортера (регистрация + маркетинг)

Создание инфраструктуры выхода на внутристрановые площадки с привлечением нескольких партнеров

Модель 1

Прямой выход на площадку

Трансграничные электронные торговые площадки



Шаг 1.
Клиент обращается в ЦПЭ/РЭЦ

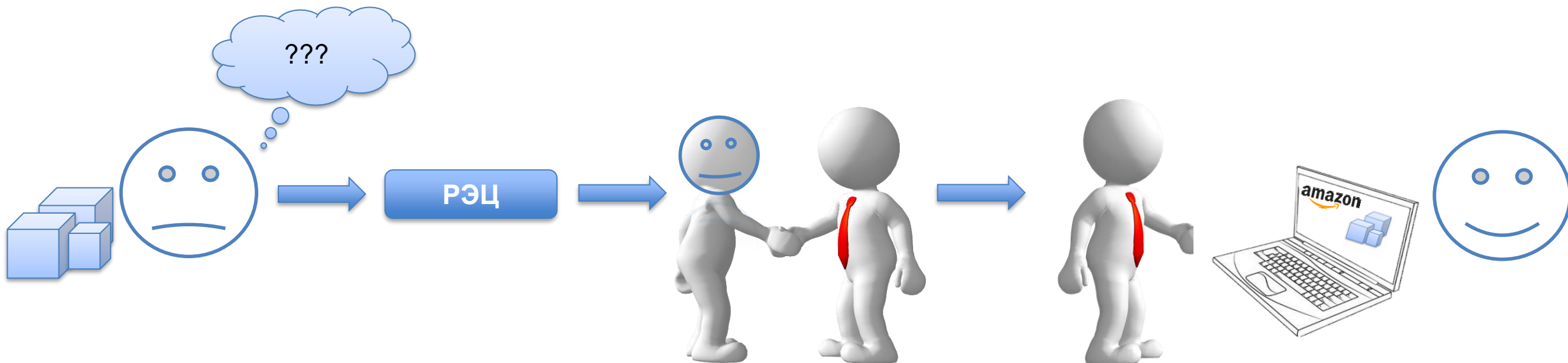
Шаг 2.
ЦПЭ/РЭЦ проводит скоринг по критериям РЭЦ

Шаг 3.
Компания самостоятельно размещает продукцию на рекомендованной электронной площадке

Модель 2

Работа с сервисными компаниями

Трансграничные электронные торговые площадки



Шаг 1.
Клиент обращается в ЦПЭ/РЭЦ

Шаг 2.
ЦПЭ/РЭЦ проводит скоринг по критериям РЭЦ и рекомендует сервисные компании

Шаг 3.
Сервисная компания размещает и продвигает продукцию на электронной площадке

Возможно
субсидирование

Модель 3

Выход на внутристрановые площадки



Внутристрановые маркетплейсы



Шаг 1.
Клиент обращается в ЦПЭ/РЭЦ

Шаг 2.
ЦПЭ/РЭЦ проводит скоринг по критериям РЭЦ, РЭЦ консультирует. Компания получает **дорожную карту**

Возможно субсидирование

Вариант 1 – выход через консолидатора

Шаг 3.
Компания адаптирует товар, подает заявку на регистрацию ТМ и передает товар **Партнеру 1**

Шаг 4.
Партнер 1 передает товар **Партнеру 2** (на китайской стороне)

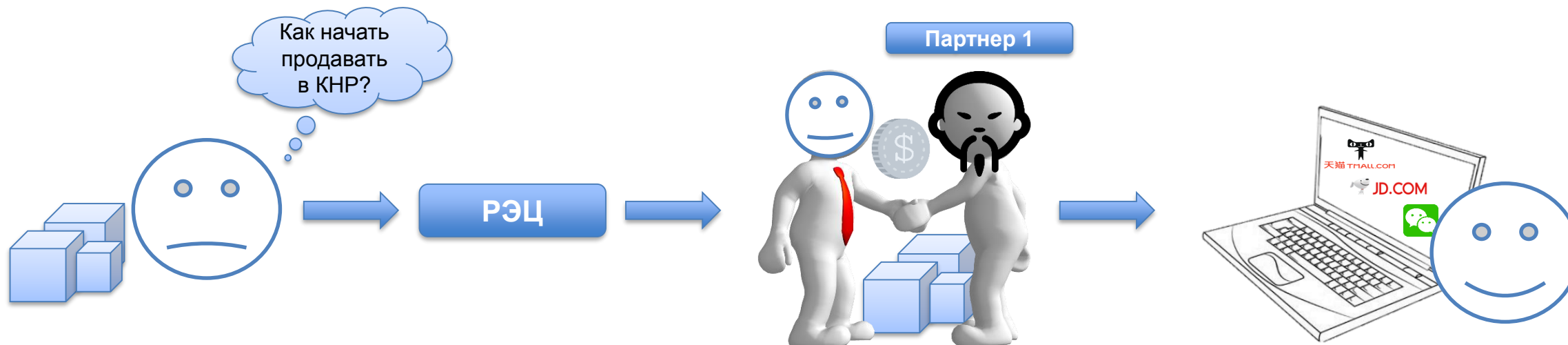
Шаг 5.
Партнер 2 размещает товар Компании на внутрикитайских маркетплейсах

Модель 3

Выход на внутристрановые площадки



Внутристрановые маркетплейсы



Шаг 1.
Клиент обращается в ЦПЭ/РЭЦ

Шаг 2.
ЦПЭ/РЭЦ проводит скоринг по критериям РЭЦ, РЭЦ консультирует. Компания получает **дорожную карту**

Возможно субсидирование

Вариант 2 – выход напрямую на партнера в КНР

Шаг 3.
Компания адаптирует товар, подает заявку на регистрацию ТМ и передает товар **Партнеру 1**

Шаг 4.
Партнер 1 размещает товар Компании на внутрикитайских маркетплейсах

Модель 3

Выход на внутристрановые площадки. Критерии



Срок годности продукции
от 9 месяцев



Быть готовым адаптировать
упаковку под требования рынка
Китая



Быть готовым к оформлению
доп.сертификатов на продукцию
для ввоза в Китай
(зависит от вида продукции)



Быть готовым подать
документы на регистрацию
торговой марки в Китае на имя
российской компании



Экспертная оценка РЭЦ

Перспективные категории продукции



Еда и напитки



Косметика и БАДы



Снековая продукция



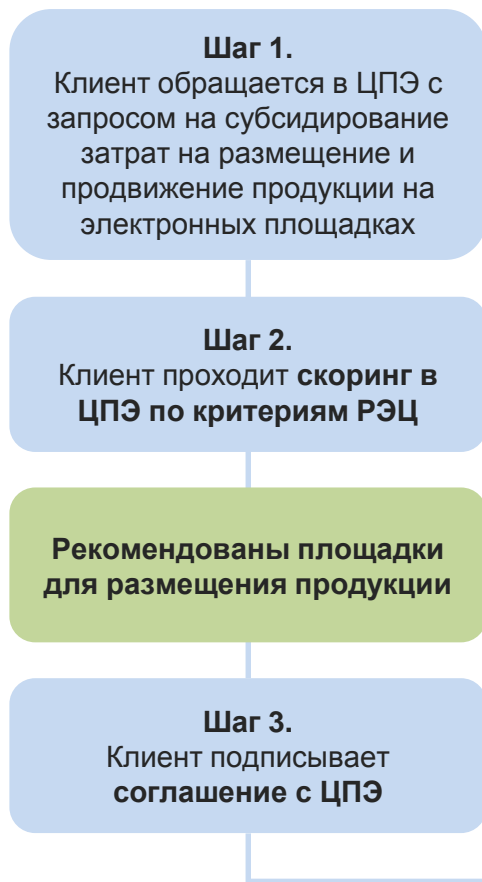
Одежда, обувь,
сумки

Партнерский продукт РЭЦ и ЦПЭ

Размещение продукции на электронных торговых площадках с государственной поддержкой



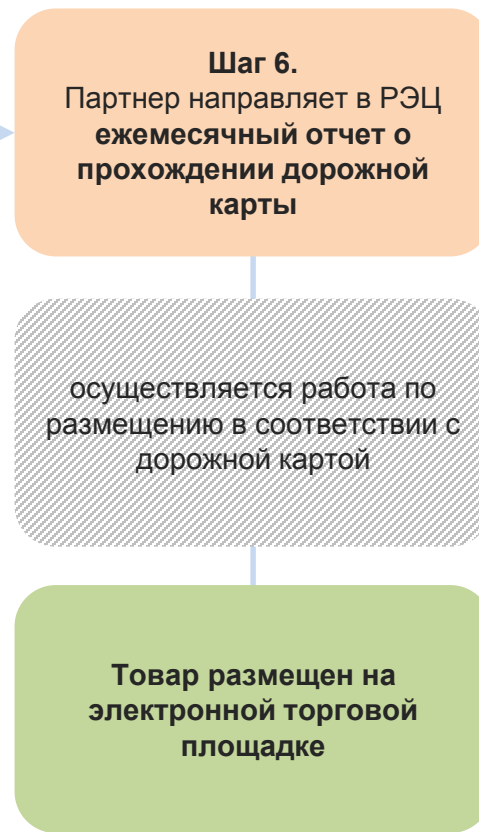
I. Обращение



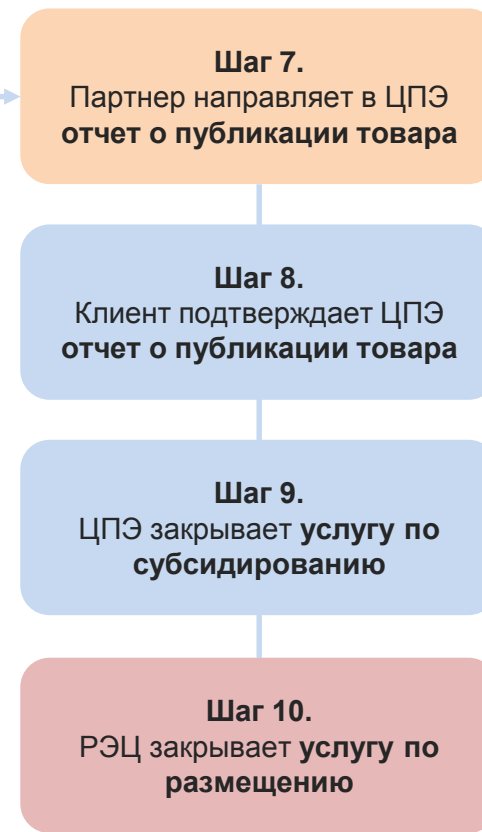
II. Запуск



III. Размещение



IV. Закрытие услуги



Экспортная электронная торговля

Комплексные меры поддержки

