

БЛОК-КОНФЕРЕНЦИЯ

SMB day

ВЕДУЩИЕ

Юлия
Князева
Notamedia
Руководитель отдела внутренних и внешних коммуникаций

СПИКЕРЫ

Павел
Шинкаренко
Flime B.V.
Founder

СЕКЦИЯ

Выход российской компании на международный рынок

ОПИСАНИЕ СЕКЦИИ

Перед каждой компанией встаёт вопрос расширения своего присутствия.

Можно придумывать новые продукты и пробовать прийти с ними на известный рынок, а можно найти новые рынки для существующего продукта/услуг.

В этот момент появляется очень много вопросов, начиная от локализации и заканчивая юридическими тонкостями оформления компании.

Достаточно важный вопрос – ментальность клиентов и сотрудников в иностранных подразделениях.

На секции мы рассмотрим выход и деятельность компаний на зарубежных рынках, обсудим подводные камни и истории успеха.

Тонкости вывода продукта на европейский рынок
– Что надо сделать до принятия решения о выходе на европейский рынок: чек-лист для выбора страны
– Особенности европейского региона: почему нет единого европейского рынка, европейский консерватизм и осторожность
– Как делать не надо: от нейминга до переговоров с клиентами.

Анна
Лихопёрская
Flime B.V.
CEO

Тонкости вывода продукта на европейский рынок
– Что надо сделать до принятия решения о выходе на европейский рынок: чек-лист для выбора страны
– Особенности европейского региона: почему нет единого европейского рынка, европейский консерватизм и осторожность
– Как делать не надо: от нейминга до переговоров с клиентами.

Сергей
Оселедько
Notamedia
партнер

На Восток: как Notamedia прорубала окно в Индию и ОАЭ
1. Потолок в России для агентства.
2. Как выбрать направление и не ошибиться.
3. Почему Восток?
4. Планы и перспективы.

Сергей
Кулешов
1С-Битрикс
Заместитель директора

Битрикс-24. Выход российского продукта на международные рынки
– Наши неудачные и удачные попытки начать продажи в США и Европе
– Какие инструменты продвижения мы пробовали и что сработало
– Особенности некоторых рынков, которые мы прочувствовали на себе

Giulio
D'Erme
CulinaryOn
Founder

С 2012 года команда CulinaryOn открыла кулинарные студии в Москве, Петербурге, Сингапуре, Бухаресте и Варшаве.
В следующем году готовятся открытия еще в четырех странах: Австрии, Италии, Индии, Швейцарии.

– Все процессы в компании должны быть оцифрованы или почему мы вложили один миллион долларов в развитие инфраструктуры.
– Как снижать недопонимание в команде или как мы выстраиваем коммуникации с помощью видеозвонков.
– Снижаем конкуренцию и внутреннее сопротивление локальных команд. Важная функция глобал контроллинга.
– Формируем кадровый резерв или кто отвечает за развитие новых локаций.
– Работаем с локальными предрассудками и сопротивлению изменениям. В чем важность опросов внутри компании, оценки 360, кроссфункциональной практике и обмене опытом между локациями.