



In einem Wort KUNDENFINDEN



Absatzmärkte für Ihre Produkte

Seit dem 1. Januar 2012 gilt der Einheitliche Wirtschaftsraum (EWR) zu dem Russland, Kasachstan und Weißrussland gehören. Die Eurasische Wirtschaftskommission ist das Regulierungsorgan der Zollunion und EWR.

Basischarakteristiken des EWRs



- 9 % aller Erdölvorkommen
- 25 % aller Erdgasvorkommen
- 11 % aller Rohstoffexporte
- 14 % Energieträgerexporte
- 2,4 % der Weltbevölkerung
- 2,6 % des weltweiten BIPs
- 4 % aller Exporte

EWR – Teil der Weltwirtschaft



- 500 Mrd. \$ Einzelhandelsumsatz
- 1 Trillion \$ Industrieproduktion
- 100 Mrd. \$ Agrarproduktion

EWR und GUS



- Über 80% des Außenumsatzes
- Über 70% des Innenumsatzes aller GUS-Länder

WTO Beitritt Russlands – mehr Absatzpotential

Russland - die größte Volkswirtschaft außerhalb der Organisation - tritt der Welthandelsorganisation bei. Für viele russischen Branchen bedeutet der Beitritt stärkeren Wettbewerb. Für deutsche Hersteller erhöht sich die Marktattraktivität.

Absatzpotentiale steigen in nahezu allen Bereichen



- Importe-Zollsatz sinkt durchschnittlich von 10 auf 7,8 %
- Senkung staatlicher Zuschüsse für nationale Hersteller
- Konformität von Handelsregeln
- Modernisierungsnotwendigkeit für russische Betriebe
- Schwächung russischer Marktmonopolisten

Was wir erreichen

Primäres Ziel



Gewinnung von Neukunden für Ihre Produkte in Russland und weiteren GUS-Staaten

Projektziele



- Generierung einer Angemessenen Anzahl an zielgruppenkonformen Kontakten mit konkretem Interesse an den beworbenen Produkten Ihres Unternehmens
- Erhöhung der Bekanntheit Ihres Unternehmens und seiner Produkte in der Zielgruppe und Aufbau des Innovator-Images
- Erhebung der Bedürfnisse Ihrer Zielgruppe, um die gewonnenen Informationen im
- Rahmen dieses und weiterer Akquise-Projekte verwenden zu können

Instrumenteneinsatz



- Individuelle Vorgehensweise
- GerProm-Internetportal
- Persönlicher Kontakt zu potentiellen Abnehmern Ihrer Produkte
- Pressearbeit im Ausland
- Einsatz russischsprachiger Branchenspezialisten

Barrieren?

Was hindert deutsche Hersteller daran, Russland zu erschließen?

- Wenig Erfahrung mit spezifischen Marktgegebenheiten
- Produkte sind in der breiten Zielgruppe kaum bekannt
- Identifikation geeigneter Vertriebspartner gestaltet sich schwer
- Furcht vor ergebnislosen Investitionen
- Keine freien personellen Kapazitäten



Überlassen Sie den russischen Markt nicht Ihren Wettbewerbern!

Wie GerProm Barrieren durchbricht

Direkter Kontakt zu potentiellen Abnehmern um



- den Innovationsgehalt und Einsatzvorteile Ihrer Produkte zu vermitteln.
- Kunden zu gewinnen.
- das Feedback einzuholen.
- sich ein Bild über die Einsatzbereiche und Potentiale für Ihre Produkte zu machen.
- die Basis für Strategieentscheidungen zu bilden.

Produktpromotion durch Medienarbeit in der breiten Zielgruppe ist wichtig, weil



- der Bekanntheitsgrad Ihrer Produkte steigt.
- das Innovator-Image aufgebaut wird.
- auf Publikationen beim direkten Kontakt hingewiesen werden kann.

Bedarfsorientierte Produktinformationen in Muttersprache, weil



- auf den Märkten eine Menge unterschiedlicher Lösungsansätze vorhanden ist.
- Einsatzvorteile Ihrer Produkte erklärungsbedürftig sind.
- Ihre russischen Kunden oft ausbaufähiges Technologiewissen haben.
- Bei russischen Entscheidungsträgern Sprachbarrieren bestehen.

GerProm – Prozesse 1

Start



- Individuelles Briefing - Interview durch GerProm-Spezialisten
- Auswahl zu vertreibender Produkte, Anforderungen an Vertriebspartner in Russland definieren
- Zielsetzungen hinsichtlich Regionen, Anzahl anzusprechender Partner etc.
- Individuelles Vorgehen bestimmen

Onlinepräsenz und SEO



- Absatzfördernde Produkteigenschaften hervorheben
- Vorbereitung und Veröffentlichung des Firmenprofils und der Produktpräsentationen auf GerProm
- Optimierung der Auffindbarkeit Ihrer GerProm-Seiten im russischen Web

Promotion über
Fachmedien



- Anfertigung von Artikeln
- Platzierung von Artikeln in der Fachpresse
- Bearbeitung von Rückfragen von Interessenten
- Platzierung von Produktinformationen in den Newslettern

Kundenidentifikation und
-ansprache



- Identifikation geeigneten Abnehmer
- Systematische Ansprache
- Einholung und Protokollierung des Feedbacks zur Marktsituation und Zusammenarbeit

GerProm – Prozesse 2

Bearbeitung von Interessenten



- Möglichkeiten und Rahmen für persönlichen Kontakt feststellen
- Vereinbarung einzelner Termine
- Unterstützung bei der Vorbereitung und Umsetzung

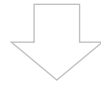
Ergebnisse



- Neukunden und Interessenten
- Gesprächsprotokolle und Feedbacks Ihrer Zielgruppen
- Termine mit Interessenten
- Übersicht über sämtliche stattgefundene Promotionsaktionen
- Übersicht über zukünftige Promotionsmöglichkeiten
- Informationsbasis für operative und strategische Entscheidungen

GerProm - Synergien

Durch schrittweise Umsetzung können Sie umfangreiche Synergieeffekte nutzen



- Medienbeiträge fokussieren auf Produktbesonderheiten und weisen auf russischsprachige Produktpräsenz auf gerprom.com hin.
- Produktpräsenz in den Fachmedien schafft (mehr) Produktbekanntheit in der Zielgruppe.
- GerProm-Positionierung im Ausland als Vermittler innovativer und hochqualitativer Produkte führt zu Imagetransfer, der bei direkter Ansprache potentieller Abnehmer Ihrer Produkte durch das GerProm-Team zu mehr Akzeptanz und Interesse zur Zusammenarbeit beiträgt.
- Integration Ihrer Produktinformationen in die Newsletter mit Versand an Multiplikatoren macht diese auf Ihre Produkte aufmerksam und kann zu weiteren Promotionsaktivitäten führen.
- Werden GerProm-Aktivitäten im Vorfeld von Messen durchgeführt, so können diese als Plattform für persönlichen Kontakt russischer Interessenten zum Hersteller genutzt werden.

GerProm – Besonderheiten

Unsere Herangehensweise ist für Unternehmen jeder Größe und unabhängig vom Grad der Russland-Erschließung effektiv. Mit GerProm bieten wir Ihnen...



- Instrumente des Online- und Direktmarketings aus einer Hand
- Fokus auf Russland und weitere GUS-Länder
- Aktive Promotion in Ihren Zielgruppen
- Feedback der Marktteilnehmer zu Ihren Produkten, Wettbewerbern und Absatzpotentialen
- Entlastung – durch Maßnahmenumsetzung und Übernahme der Kommunikation
- Individuelle Lösungen und flexiblen Instrumenteneinsatz je nach Produkt und Zielgruppen
- Qualitätssicherung – durch Einsatz erfahrener Branchenspezialisten und Prozessoptimierung
- Nachhaltigkeit der Ergebnisse durch Erarbeitung wiedereinsatzbarer Instrumente und Erfahrungen in Marktbearbeitung im Ausland; Hilfestellung der GerProm-Spezialisten



... Neukundengewinnung

GerProm-Vorteile auf einen Blick

Kosten-
sparend und
risikofrei



- GerProm-Preis ist vergleichbar mit einem 2 tägigen „Russland-Seminar“
- Sie setzen Markterschließungsmaßnahmen in Russland um, ohne Ihr Büro zu verlassen
- Kein Einsatz Ihrer personellen Kapazitäten
- Zahlung erst nach Leistungserbringung

Synergetisch



- Instrumente des Online- und Direktmarketings aus einer Hand
- Synergetische Nutzung von Push- und Pull-Maßnahmen
- Projekt-Promotion in Russland trägt zur Bekanntheitssteigerung Ihrer Produkte

Aktiv



- Anfertigung und Schaltung von Artikeln in den russischen Fachmedien
- Identifikation potentieller Abnehmer
- Direkter Kontakt zu Ihren Zielgruppen
- SEO im russischen Web für Ihre GerProm-Seiten

Individuell



- Ihre Marktziele in Russland sind Basis für die Auswahl von GerProm-Instrumenten
- Definition von Auswahlkriterien für Zielgruppen Ihrer Produkte
- Online-Präsentationen und Fachartikel fokussieren auf besondere Vorteile Ihrer Produkte
- Auswahl geeigneter Medien, Netzwerkpartner, Informationskanäle

Erfolgsbeispiele

Branche: Herstellung für Kunststoffteilen für Maschinenbau.

Ausgangslage: Seit ca. 5 Jahren in Russland aktiv, durch einen regionalen und einen überregionalen Distributionspartner vor Ort vertreten, russischsprachige Mitarbeiter/innen in Deutschland.

Zielsetzung: Auswahl von potentialreichen Produkten, Analyse des Wettbewerbs und der Nachfrage für zwei ausgewählte Produkte in verschiedenen Regionen Russlands, Ausweitung von Distributionskanälen, Marktpräsenz

Umsetzung: Definition von Abnehmerzielgruppen, Feststellung von Auswahlkriterien für Distributoren und Händler, Erstellung von Produktpräsentationen auf Russisch, Veröffentlichung von 2 Fachbeiträgen für jedes Produkt, Identifikation und direkte Ansprache von insg. ca. 100 Distributoren/Händler/Endanwender in 8 russischen Regionen (25 Städte), Feedbackeinholung, Reporting.

Ergebnisse: GerProm-Branchenexperten haben Absatzpotentiale in weiteren Einsatzbereichen und Branchen festgestellt. Dadurch konnte die Anwenderzielgruppe erheblich ausgeweitet werden. Mehrmalige Kontaktaufnahme zu identifizierten potentiellen Abnehmern hat Feedback zur Technologiebekanntheit auf dem Markt, zur Wettbewerbspräsenz in einzelnen Regionen und Branchen und zum stückmäßigen Absatzpotential geliefert. Neukunden (Anwender) wurden gewonnen, zwei Distributionspartner bieten das Produkt an. Absatzentwicklung + 20%.

Erfolgsbeispiele

Branche: Leitungen für die chemische Industrie.

Ausgangslage: Bisher keine Aktivitäten in Russland, Vereinzelt Anfragen auf Messen erhalten jedoch ohne Verkauf, keine personellen Kapazitäten für Erschließungsmaßnahmen und Marktkommunikation, hoher Wettbewerb vermutet.

Zielsetzung: Potentiale für eine Produktgruppe feststellen, Basis für strategische und operative Marktentscheidungen aufbauen, Partner für Direktvertrieb finden und im Rahmen einer Messe persönlich kennenlernen.

Umsetzung: Definition der Abnehmergruppen, Feststellung regionaler Absatzpotentiale auf Basis der Anwenderkonzentration in verschiedenen Regionen Russlands, Infokampagne über Fachmedien und Informationskanäle der regionalen Handels- und Industriekammern, Potentialberatung durch einen Branchenverband, Identifikation und direkte Ansprache von 30 Distributoren und 35 Produktionsbetrieben in ausgewählten Regionen, Feedbackeinholung, Reporting, Terminvereinbarung, Unterstützung beim Kontakt.

Ergebnisse: Für die Produktgruppe konnte umfangreiches Absatzpotential in den russischen Pharmabetrieben festgestellt werden. Die gelieferten Feedbacks haben gezeigt, dass die Wettbewerbsvorteile angebotener Produkte von potentiellen Anwendern erkannt werden, allerdings sind weder der Hersteller noch seine Marke bekannt, was eine zusätzliche Hemmschwelle bedeutet. Dank Hinweisen auf die Innovationskraft und Fachbeiträge konnte Interesse geweckt werden. Nach 5 Monaten wurden 7 Gesprächstermine im Rahmen einer Messer vereinbart. Als Ergebnis des Projekts und der Gespräche wurde die Entscheidung über die Ausweitung der Marktpräsenz getroffen.

BDRU

Der Bundesverband deutsch-russischer Unternehmer e.V. wurde 2005 gegründet und setzt sich für die Entwicklung internationaler Wirtschaftsbeziehungen ein. Dazu gehören vor allem Entwicklung und Betreuung länderübergreifender Unternehmenskooperationen, Aufbau von internationalen Unternehmensnetzwerken und Ansiedlung von Unternehmen aus den GUS-Ländern in Deutschland.



Bundesverband deutsch-russischer Unternehmer e.V.

Friedenstr. 41-43, 44139 Dortmund
Tel: 0231/952 973 - 17, Web: www.bdru.de
E-Mail: gerprom@bdru.de, info@bdru.de

Ihre GerProm-Ansprechpartner



Nach seinem Studium an der Kiewer Akademie für Volkswirtschaft war **Dmitrij Vaisband** zunächst für ukrainische Unternehmen in der Ukraine und später in den deutschen Unternehmensrepräsentanzen tätig. Parallel fungierte er als Ansprechpartner für Branchenverbände bei Fragen im Zusammenhang mit dem Markteintritt in Europa. Seit 2001- selbständiger Berater für Unternehmen aus den GUS-Staaten. Zum Kundenkreis gehören sowohl mittelständische Unternehmen als auch international agierende Konzerne. Seit 2005 – Geschäftsführer von BDRU

Kontakt: vaisband@bdru.de



Maxim Gozman, geboren 1979 in St. Petersburg ist freier Journalist und Diplom Betriebswirt. Nach dem Abitur in Akko bei Haifa, studierte er an der FH Dortmund Wirtschaft, mit den Schwerpunkten Controlling, Marketing und Unternehmensführung. Nach dem Studium arbeitete er als Consultant für russische Unternehmer in den Bereichen Projektmanagement, Kommunikation und Fundraising. Seit 2008 ist er im Team des BDRU. Seine Tätigkeitsschwerpunkte beim BDRU umfassen: Projektkoordination sowie Veranstaltungsorganisation.

Kontakt: maxim.gozman@bdru.de



Daniela Hannemann Erdinç arbeitet seit 2010 im Team des BDRU. 1983 wurde sie in Dortmund geboren. Bis 2007 studierte sie Integrierte Europastudien (B.A.) mit einem Schwerpunkt auf Russland und Osteuropa an der Universität Bremen. Von 2007 – 2009 dann Kulturwissenschaften (M.A.) an der Russischen Staatlichen Universität der Geisteswissenschaften in Moskau (RGGU). Nebenher war sie als freie Radiojournalistin tätig. Beim BDRU ist sie nun für die Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit zuständig.

Kontakt: daniela.hannemann@bdru.de

Unsere Spezialisten

Unser Mitarbeiter sind Spezialisten mit langjährige Markterfahrung in Russland und weiteren GUS-Staaten. Einige unserer Branchenspezialisten:



Dipl. Ing. Alexander Goldin:
Bau/Development;
Vermarktung von
Bautechnologien und –stoffen,
Begleitung von Bauvorhaben in
Russland



Dipl. Ing. Jurij Abolnikov:
IT/Kommunikation;
Markteinführung von
Kommunikationsprodukten



Dipl. Ing. Boris Gorodetsky:
Biotechnologie/Pharma;
Konstruktion Engineering und
Bau von Pharmaunternehmen



Dipl. Ing. Andrej Tsidulko:
Automatisierungstechnik/
Wärmetechnik; Expertise im
Bereich Produktanwendung



Dipl. Ing. Juri Stern:
Software/IT; Markteinführung
von Produkten im Bereich
Dokumentenmanagement



Dr. Ing Galina Samsonova:
Bauchemie/Architektur;
Qualitätskontrolle und Absatz
von bauchemischen
Produkten

Starke Partner

HIK RF



Zu der Handels- und Industriekammer der Russischen Föderation gehören über 170 regionale Handels- und Industriekammern. Es sind 34 Themenkomitees vorhanden. Etwa 100 Vereinigungen und Unternehmerverbände der russischen Wirtschaft sind Mitglieder der HIK

RUSNANO



2007 gegründet und mit 10 Milliarden USD ausgerüstet, um Russland zu einer führenden Nanotechnologienation zu machen. Zu Tätigkeitsschwerpunkten gehören Aufklärung der Bevölkerung über die Nanotechnologie, Bedarfsanalysen, Prognosen, Ausbildungsoffensiven, Förderung vielversprechender Produkte und Verfahren sowie ihre Kommerzialisierung.

B2B Center



Plattform für elektronischen Handel: Funktionelle Handhabung, Verfügbarkeit, sichere und geprüfte Teilnehmer-Unternehmen, Kundenunterstützung, Möglichkeit über 69.000 russischer Unternehmen über Ihre Produkte zu informieren.

ROSTEK



Das föderale staatliche unitäre Unternehmen, des föderalen Zolldienstes ist eine Holdinggesellschaft mit 13 Filialen, 35 geschl. Aktiengesellschaften und GmbHs in allen Regionen Russlands. 7000 Qualifizierte Spezialisten sind in den Bereichen tätig: Entwicklung der materiell-technischen Basis des Zolldienstes, Betrieb und technische Wartung von Objekten der Zollinfrastruktur, Infrastrukturentwicklung im Segment der gebührenpflichtigen Dienstleistungen etc.

Agentur für industrielle Information



Das größte Marktforschungsunternehmen in Russland und den GUS-Ländern führt seit 1997 Marktuntersuchungen im industriellen Bereich Russlands und anderer GUS-Staaten durch. Einige Branchen: Petrochemie, Elektrotechnik und Elektronik, Verpackung und Polymere, Maschinenbau, Holz- und Metallverarbeitung, Bau und Baumaterialien, Nahrungsmittel, Pharma und Chemie.