Экономический эффект бизнес-презентаций внешнеторговых компаний

Светлана Михайловна БАЛАКИРЕВА,
кандидат экономических наук,
Всероссийская академия внешней торговли (119285, Москва, Воробьевское шоссе, 6А), кафедра технологии внешнеторговых сделок – доцент,
Тел.: 8(499) 147-94-37

УДК 339.5
ББК 65.428
Б-200

Аннотация

Большинство российских компаний при выходе на зарубежный рынок проходят через различные организационные и экономические процедуры. От того, насколько четко будет выстроен такой технологический процесс выхода компании на внешний рынок, зависит успешное присутствие на нем. В статье уделяется особое внимание тому, что на каждом этапе такого технологического процесса российская внешнеторговая компания должна иметь подготовленную бизнес-презентацию различного формата для убеждения потенциального зарубежного партнера во взаимовыгодном сотрудничестве. Автор анализирует возможность определить экономический эффект от участия в мероприятиях с использованием бизнес-презентаций – это конечный экономический результат, полученный от проведения мероприятия (участие в форуме, выставке, конференции, деловой встрече, переговорах), вызывающего улучшение экономических показателей работы организации по выходу компании на внешний рынок. Результатом может является внешнеторговых контракт на поставку своей продукции на зарубежный рынок.

Ключевые слова: бизнес-презентация, коммерческое предложение, торговая презентация, маркетинговая презентация, экономический эффект бизнес-презентации.

Business presentations of international trade companies: economic effect

Svetlana Mikhailovna BALAKIREVA,
Candidate of Economic Sciences, Russian Foreign Trade Academy (119285, Moscow, Vorob`evskoe shosse, 6A), Department of foreign trade and international transactions – Assistant Professor, Phone: 8(499) 147-94-37

Abstract

Most Russian companies when entering the foreign market undergo various organizational and economic procedures. Only well-thought-out technological process of company's market entry may facilitate expansion of its presence. It is underlined that at each stage of the technological process, a Russian international trade company must have a prepared business presentation of various formats to convince a potential foreign partner of mutually beneficial cooperation. The

author analyzes the possibility to assess the economic impact of participation in events with business presentations - the resulting economic effect of the event (participation in the forum, exhibition, conference, business meeting, negotiations), causing an improvement in the performance of the company to enter the foreign market. The result can be signing an export sales contract.

Keywords: business presentation, commercial offer, sales presentation, marketing presentation, economic effect of business presentation.

Большинство российских компаний при выходе на зарубежный рынок проходят через различные организационные и экономические процедуры. От того, насколько четко будет выстроен такой технологический процесс выхода компании на внешний рынок, зависит успешное присутствие на нем. Как правило, процесс выхода на экспорт проходит в несколько этапов с учетом специфики своей деятельности и особенностей зарубежного рынка потенциального партнера. Сегодня все эти процессы сопровождаются различными форматами презентационных выступлений представителей компаний (см. рисунок 1).

1

-

Источник: составлено автором на основе: Эффективные бизнес презентации в 2019 году. их отличия от презентаций для выступления. - https://artrange.ru/effektivnyie-biznes-prezentatsii-v-2018-godu-ih-osobennosti-i-otlichiya-ot-prezentatsiy-dlya-vyistupleniya/ статья /

По мере продвижения на зарубежный рынок российская внешнеторговая компания должна подготовить бизнес-презентацию различного формата для убеждения потенциального зарубежного партнера во взаимовыгодном сотрудничестве. Поиск и удержание партнера всегда сопровождается представлением своей компании, своего продукта, услуги, проекта с помощью бизнес-презентаций на различных площадках взаимодействия: ярмарки, выставки, бизнес-миссии, конференции, деловые встречи, переговоры. Привлечение к сотрудничеству представителей иностранных компаний зависит от того, какой вид презентации своего коммерческого предложения партнеру был выбран и грамотно ли была донесена необходимая информация.

Бизнес-презентация – один из основных инструментов привлечения потенциальных партнеров и клиентов, который позволяет визуально передать важную информацию о компании, товаре или услуге, а также побудить к действию потенциального партнера. Многие мировые эксперты в области презентаций считают, что бизнес-презентация – это чрезвычайно сложная и дорогая форма коммуникации, так как процесс взаимодействия относительно краток, однако, время, потраченное всеми вовлеченными в презентацию специалистами, стоит очень дорого. Единственное объяснение, почему компании продолжают использовать презентации, вопреки их сложности и дороговизне, это то, что они несут эффективное воздействие.[1]

Как определить влияние бизнес-презентации на дальнейшее развитие компании и ее возможности присутствия на выбранном зарубежном рынке? Это очень сложный вопрос, так как практически невозможно сопоставить затраты на создание и проведение презентации с результатом, который повлиял на заключение выгодных контрактов.

Экономический эффект от участия в мероприятиях с использованием бизнес-презентаций – это конечный экономический результат, полученный от проведения мероприятия (участие в форуме, выставке, конференции, деловой встрече, переговорах), вызывающего улучшение экономических показателей работы организации по выходу компании на внешний рынок. Результатом может является внешнеторговых контракт на поставку своей продукции на зарубежный рынок.

2

, ! -

Источник: составлено автором

Деятельность внешнеторговой компании предполагает постоянное сопоставление результата проведения мероприятия с использованием презентации (эффекта) и затрат на организацию и осуществление этого мероприятия. От того, насколько грамотно будет сделан выбор наиболее эффективного варианта действий, зависит дальнейшая деятельность организации на выбранном рынке.

Почему бизнес-презентации, проводимые с личным присутствием представителя компании-экспортера, наиболее эффективно воздействуют на принятие решения о закупке товара? Причина кроется в следующих позициях:

ˆ выступление непосредственно специалиста компании всегда дает больший эффект в принятии решения партнером, так как презентатор может легко подстроится под запрос аудитории;

ˆ подготовить идеи, которые могут развить бизнес клиента, снизить издержки, увеличить продажи, выделиться на фоне конкурентов;[2]

ˆ обсудить с партнерами возможные возражения по представленным предложениям в бизнес-презентации;

ˆ у партнера есть возможность увидеть и протестировать товар.

Возможностей представить свою компанию, товар (услугу) и уникальное предложение достаточно много. Самые распространенные виды презентационных выступлений для потенциальных бизнес-партнеров это: презентации компании, товара (услуги), проекта, коммерческого предложения.

Презентация компании это создание благоприятного образа и формирование имиджа организации на выбранном рынке. Такая презентация является частью рекламной кампании организации. Презентация товара/услуги это представление новой марки, товара или услуги на целевом рынке, ознакомление потребителей с новыми возможностями продукта, появление новой товарной линейки.