

10 | žingsnių eksporto link

Pagaminta Lietuvoje, perkama visame pasaulyje? Taip!

Nors geografiškai esame Europos centras, Lietuvos rinka tarptautiniu mastu yra tokia maža, kad jau plėtodamas verslo idėją įmonės vadovas turėtų pradėti mąstyti globaliai. Kaip mūsų prekę vertintų užsienyje esantis klientas? Ar mūsų produktas yra toks, kad galėtume jį parduoti kitoje šalyje? Ko mūsų paslauga verta tarptautinėje rinkoje? Lietuvos verslo įmonių gebėjimas rasti klientų užsienyje yra vienas svarbiausių šalies ekonomikos variklių.

Džiugina tai, kad vis daugiau lietuvių verslininkų sėkmingai mezga ryšius su užsienio partneriais. Lietuviški baldai randa vietą švedų namuose ir biuruose, tekstilės gaminiai, drabužiai – vokiečių spintose, vis daugiau statybos paslaugos teikiamos Norvegijoje, o kas dešimtas pasaulyje mokslo tyrimams skirtas lazeris yra pagamintas lietuvių! 95 iš 100 geriausių pasaulio universitetų naudoja lietuviškus lazerius.

Kaip svarbiausias sėkmės užsienyje veiksnys išlieka produkto ar paslaugos kokybė. Tačiau norėdama išsiskirti konkurentų minioje, įmonė turi daug ruošti: kaupti reikalingą informaciją, planuoti ir įvertinti riziką, apmokyti darbuotojus.

Šio leidinio tikslas – suteikti skaitytojui informaciją, kuri padėtų užpildyti eksporto žinių spragas, arba priminti apie būtinus eksporto etapus. Leidinys gali būti naudingas tiek pradedančiam, tiek ir įgudusiam eksportuotojui.

- **Didžiausias lietuviškų prekių eksportas** – Vokietija, Lenkija, Latvija.
- **Didžiausias lietuviškų paslaugų eksportas** – Vokietija, Prancūzija, Nyderlandai.
- **Vertinant pagal pramonės sektorius, lietuviškos kilmės prekių** (be energetinių produktų) eksporto struktūroje pagrindinę dalį 2022 m. sudarė inžinerinė pramonė (22,7%), baldų ir medienos pramonė (18,9%), chemijos pramonė (15,9%) bei maisto ir gėrimų pramonė (15,2%).
- **Vertinant pagal prekių grupes, net trys ketvirtadaliai** (76%) aukštųjų technologijų prekių eksporto vertės teko plastikams ir jų gaminiams bei elektros mašinų ir įrangos eksportui – atitinkamai 43% ir 33%.
- **Pagrindinės aukštųjų technologijų prekių eksporto rinkos** 2022 m. išliko Lenkija ir Vokietija.



1 žingsnis

Kaip nuspręsti, ar verta pradėti eksportuoti

Kiekviena įmonė pagal savo padėtį, rinką, produkto ar paslaugos ypatumus sprendžia, ar eksportuoti ar ne.



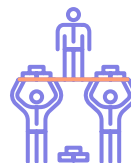
Kodėl įmonės eksportuoja?



▪ Daugiau parduoda.



▪ Pailgina prekių gyvavimo ciklą.



▪ Išplečia klientų ratą.



▪ Sumažina riziką, jei iki tol buvo veikama tik vienoje rinkoje.



▪ Išplečia pardavimo geografiją.



▪ Efektyviau panaudoja gamybos pajėgumus.



Prieš pradėdami eksportuoti būtinai įvertinkite iššūkius!

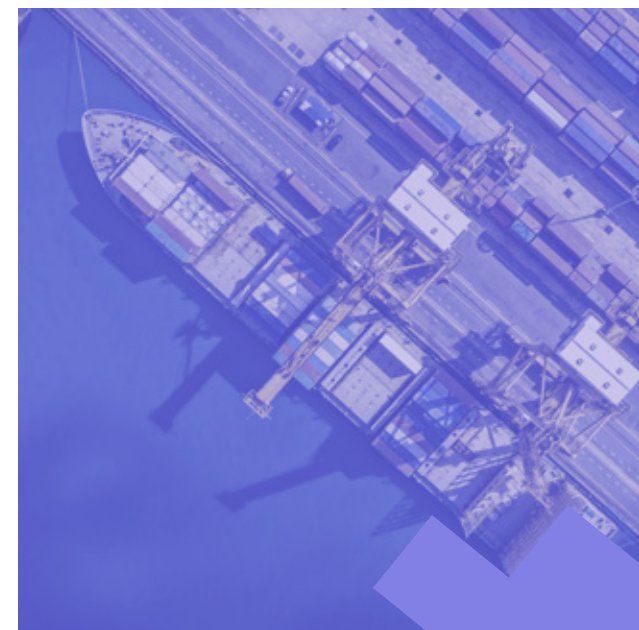
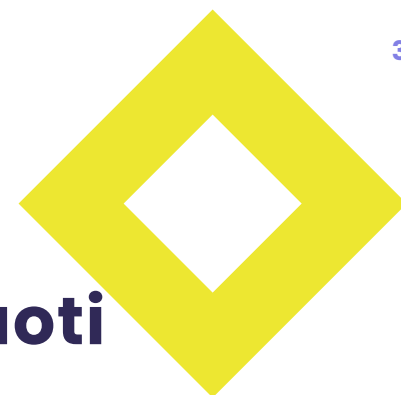
▪ **Sąnaudos** – eksportuodami susidursite su tokiais trumpalaikėmis sąnaudomis kaip papildomos kelionės, naujos rinkodaros priemonės, išlaidos, patiriamos pritaikant produktą pasirinktai rinkai.

▪ **Nauji įsipareigojimai** – norint įsitvirtinti naujoje rinkoje, reikės nemažai laiko, noro, pastangų ir išteklių.

▪ **Kultūriniai skirtumai** – turite gerai susipažinti su kalbos, kultūros ir verslo praktikos ypatumais pasirinktoje rinkoje, priešingu atveju nesusikalbėjimas su potencialiais partneriais gali brangiai kainuoti.

▪ **Daugiau dokumentų ir formalumų.**

▪ **Konkurencija** – turite gerai išmanyti, kiek konkurentų veikia pasirinktoje rinkoje, kokios jų stiprybės ir silpnybės.



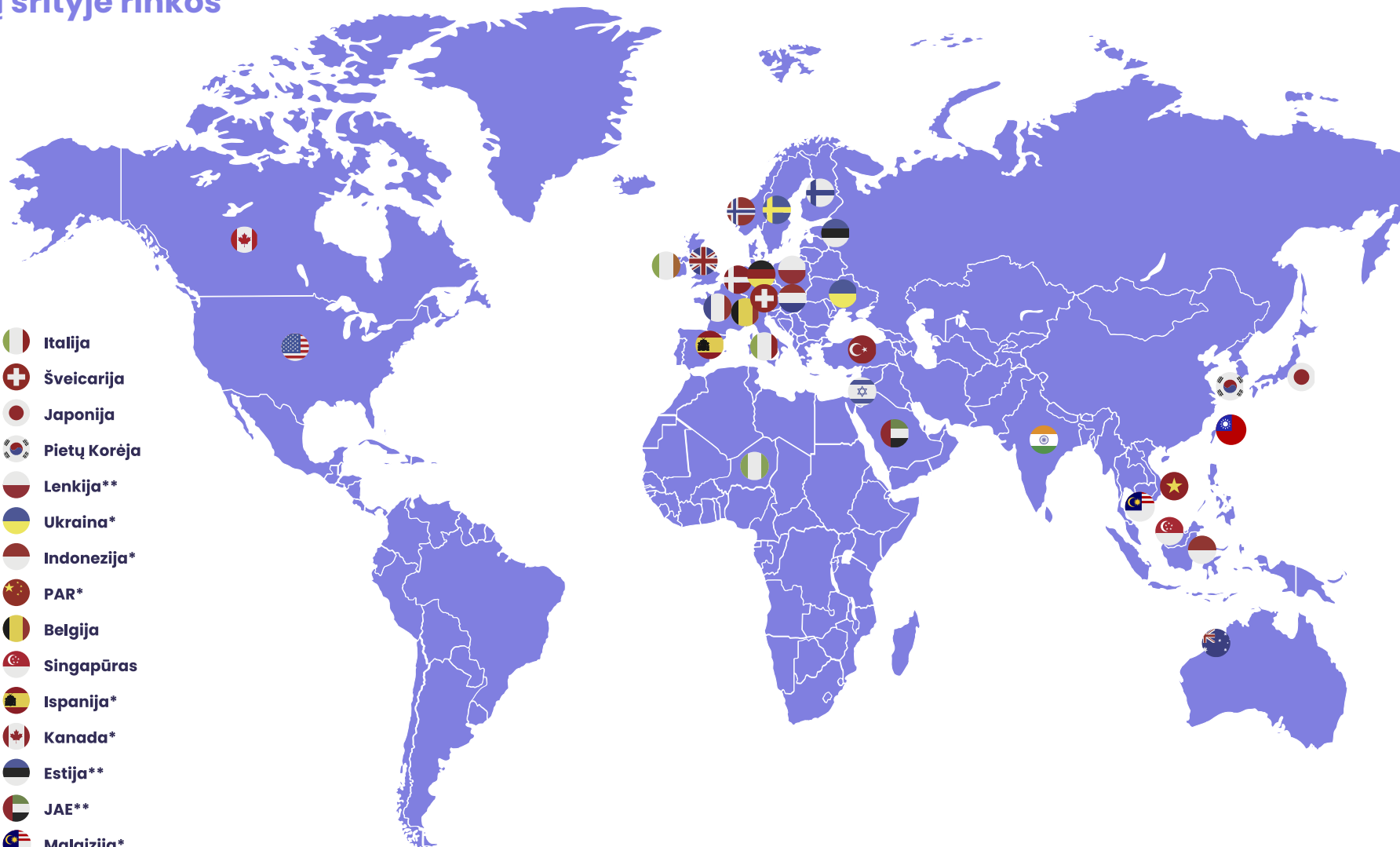


Lietuvos prioritetinių eksporto ir bendradarbiavimo inovacijų srityje rinkos

Prioritetinės eksporto ir inovacijų rinkos

- | | |
|---|--|
|  Vokietija |  Italija |
|  Prancūzija |  Šveicarija |
|  Jungtinė Karalystė |  Japonija |
|  Švedija |  Pietų Korėja |
|  JAV |  Lenkija** |
|  Izraelis |  Ukraina* |
|  Vietnamas |  Indonezija* |
|  Indija* |  PAR* |
|  Nyderlandai |  Belgija |
|  Norvegija |  Singapūras |
|  Tavano (Taipėjus) |  Ispanija* |
|  Danija |  Kanada* |
|  Suomija |  Estija** |
|  Airija |  JAE** |
|  Australija* |  Malaizija* |
|  Nigerija* |  Turkija* |

* - akcentas eksporte
** - akcentas inovacijose





Prekių eksportas pagal šalis:

- | | |
|------------------------|-----------------------|
| 1. Vokietija | 6. Švedija |
| 2. Lenkija | 7. Jungtinė Karalystė |
| 3. Latvija | 8. Estija |
| 4. Jungtinės Valstijos | 9. Norvegija |
| 5. Nyderlandai | 10. Danija |



Paslaugų eksportas pagal šalis:

- | | |
|-----------------------|-------------------------|
| 1. Vokietija | 6. Švedija |
| 2. Prancūzija | 7. Lenkija |
| 3. Nyderlandai | 8. Rusija |
| 4. Jungtinė Karalystė | 9. Latvija |
| 5. Danija | 10. Jungtinės Valstijos |



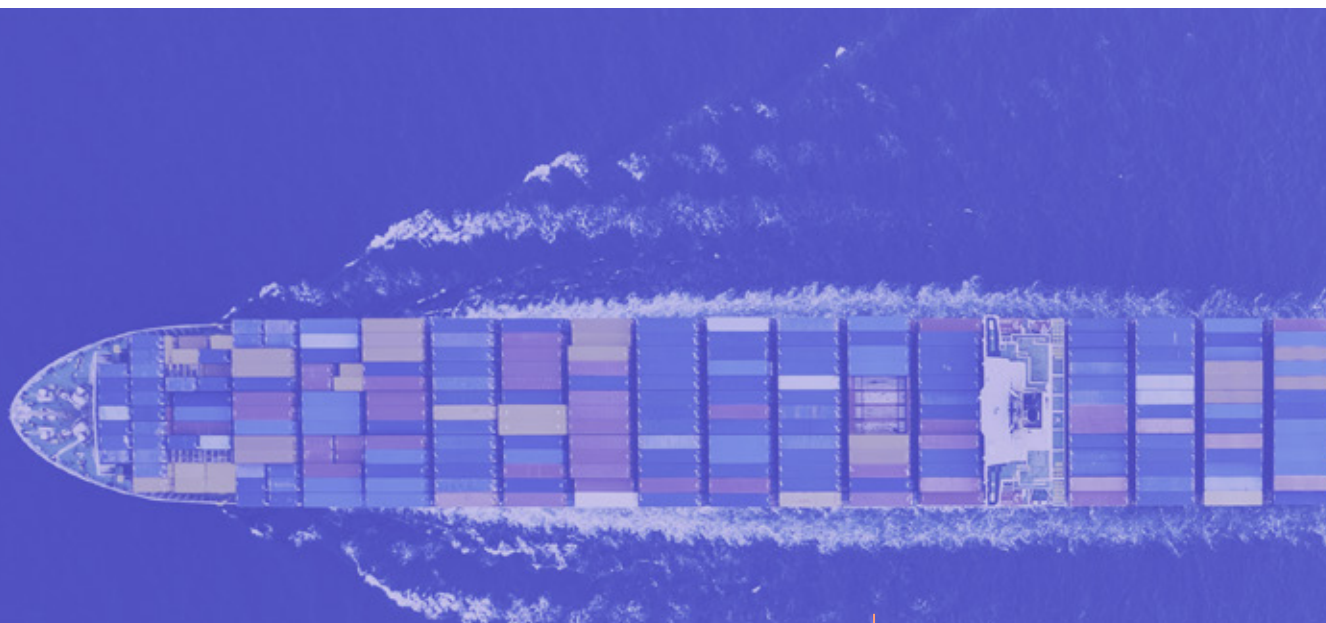
Top 10 eksporto sektorių pagal pramonės rūšį (LT kilmės eksportas 2022 m.)

- | | |
|---|--|
| ■ Mineralinis kuras, mineralinės alyvos | ■ Javai |
| ■ Baldai, patalynės reikmenys, čiužiniai | ■ Trąšos |
| ■ Plastikai ir jų gaminiai | ■ Pienas ir pieno produktai |
| ■ Mediena ir medienos gaminiai | ■ Tabakas ir perdirbti tabako pakaitalai |
| ■ Elektros mašinos ir įranga bei jų dalys | ■ Įvairūs chemijos produktai |



Top 10 eksporto paslaugų pagal veiklos rūšį:

- | | |
|---|--|
| ■ Transporto paslaugos | ■ Techninės priežiūros ir remonto paslaugos |
| ■ Kitos verslo paslaugos | ■ Kitiems subjektams priklausančių žaliavų apdirbamosios gamybos paslaugos |
| ■ Telekomunikacijų, kompiuterių ir informacinės paslaugos | ■ Vyriausybės paslaugos, nenurodytos kitur |
| ■ Kelionės | ■ Asmeninės, kultūros ir poilsio paslaugos |
| ■ Finansinės paslaugos | |
| ■ Statybos paslaugos | |



Lietuviškos kilmės prekių (be naftos produktų) ir paslaugų eksportas



- Lietuvos prekių eksporto apimtis EUR – **27,3 mlrd. EUR**
- Lietuvos paslaugų eksporto apimtis EUR – **17,4 mlrd. EUR**

2022 m. duomenimis

2 žingsnis

Kaip įvertinti pasirengimą eksportuoti

Norėdama prekiauti užsienio rinkoje, įmonė turi atitinkamai pakoreguoti savo išorės ir vidaus veiklos strategijas. Vidaus strategija turi apimti įvairius eksporto aspektus: gamybos technologiją, žaliavas, energetinius išteklius, gamybos organizavimą, darbuotojų kvalifikaciją, valdymo struktūrą, paskirstymo kanalus, transportavimą, sąnaudas ir pan. Išorės strategijoje turi būti numatyta, kaip bus pritraukiami užsienio partneriai.

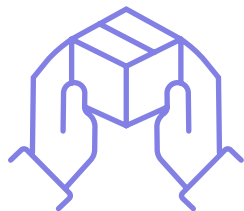


Eksporto sėkmės veiksniai:

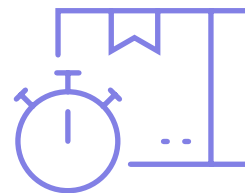
■ Pasirinkta rinka



■ Produkto ar paslaugos pritaikymas rinkai



■ Efektyvus eksporto procesų valdymas įmonėje



■ Rinkodara ir komunikacija





Norėdami eiti į užsienio rinką pirmiausia atsakykite į šiuos esminius klausimus:

1. Eksporto rinkos pasirinkimas

- Ar esate atlikę stiprybių, silpnybių, galimybių ir grėsmių (SSGG) analizę?
- Ar išanalizuota užsienio rinka?
- Kuo unikalus jūsų produktas, palyginti su konkurentų produkcija?
- Kas yra jūsų tikslinis klientas?

2. Produkto / paslaugos pritaikymas užsienio rinkoms

- Ar turite produkto / paslaugos pritaikymo užsienio rinkai planą?
- Ar turite reikalingus leidimus, sertifikatus?
- Kokį produktų transportavimo būdą pasirinksite?
- Kokie jūsų gamybos pajėgumai?

3. Eksporto procesų valdymas įmonėje

- Ar turite potencialių klientų užsienyje duomenų bazę?
- Ar esate parengę sutarčių su užsienio partneriais šablonus?
- Ar turite darbui su eksportu paskirtus darbuotojus?
- Ar įmonėje yra motyvacinė sistema?

4. Eksporto rinkodara

- Ar esate parengę profesionalų įmonės pristatymą anglų ar kita užsienio kalba?
- Ar turite aprašytas savo sėkmės istorijas?
- Ar esate parengę rinkodaros planą užsienio rinkoms?
- Ar esate parengę produktų katalogus?

5. Komunikacija

- Ar esate paruošę profesionalų įmonės tinklalapį anglų ar kita užsienio kalba?
- Ar mokate profesionaliai prisistatyti užsienio partneriams?
- Ar mokate tinkamai pasirengti užsienio parodai?
- Ar tinkamai pasirinkote komunikacijos kanalus?

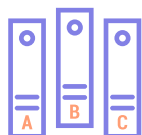


3 žingsnis

Kaip paruošti eksporto planą

Priėmę sprendimą eksportuoti, turite parengti eksporto planą. Eksporto plane suformuluojami įmonės eksporto tikslai, išnagrinėjamos galimybės ir kliūtys, galinčios sutrukdyti įgyvendinti šiuos tikslus, numatomos plano įgyvendinimo priemonės ir terminai.

Eksporto plano rengimas – dinamiškas procesas. Iš pradžių numatomi pagrindiniai tikslai, jie nuosekliai plečiami, pateikiama detalesnė informacija. Svarbu, kad ruošiant eksporto planą dalyvautų ir susiję darbuotojai – kartu lengviau nustatyti tikslus, ieškoti priemonių ir būdų pasiekti užsienio klientus!



Eksporto plano tikslai:

- Turėti visus reikalingus rinkodaros instrumentus vienoje vietoje.
- Numatyti bendrą planuojamos veiklos kryptį. Šią kryptį turi atsispindėti tikslai.
- Numatyti eksporto veiklos pradžios datą, kad būtų galima logiškai išdėstyti tolesnius veiksmus. Taip pat numatyti rezultatų gavimo datą.
- Įvertinti, kiek kiekviena eksporto veikla gali kainuoti, kad iškilus poreikiui būtų galima numatyti papildomus finansavimo šaltinius.



Pagrindiniai klausimai, kuriuos reikia išsiaiškinti rengiant eksporto planą:

- Koks produktas bus eksportuojamas? Kokie pakeitimai turi būti padaryti pritaikant produktą užsienio rinkai?
- Kokios šalys gali būti pasirinktos eksportui?
- Kokia specifiška (konkurencija, kultūrų skirtumai, importo kontrolė) pasižymi kiekviena pasirinkta rinka ir kokia eksporto strategija turėtų būti taikoma?
- Kaip nustatoma eksportuojamo produkto / paslaugos kaina?
- Kokie numatomi veiklos etapai ir jų eiliškumas?
- Kiek laiko reikia kiekvienam etapui įgyvendinti?
- Kokie įmonės darbuotojai dalyvaus ir kokie jų uždaviniai ir atsakomybė?
- Kokie bus laiko ir finansiniai kaštai įgyvendinant kiekvieną eksporto etapą?
- Kaip gauti rezultatai bus įvertinami ir panaudojami keičiant eksporto planą?

Eksporto plano struktūros pavyzdys

I. Eksporto tikslai

Šioje dalyje pateikiami norimi pasiekti įmonės tikslai. Šie tikslai turi būti realūs ir aiškūs.

II. Esamos padėties analizė

- Verslo aplinka
- Prekės ir paslaugos
- Veikla, veiklos rezultatai
- Įmonės personalas ir eksporto veiklos organizavimas
- Finansiniai ištekliai

Šioje dalyje pirmiausiai aprašoma aplinka, kurioje veikia įmonė, konkurentai, įmonės užimama rinkos dalis, turimi pardavimo kanalai. Kartu atliekama įmonės stiprybių, silpnybių, galimybių ir grėsmių (SSGG) analizė.

III. Eksporto rinkodaros strategija

- Tikslinės rinkos, jų įvertinimas
- Produktų pasirinkimas
- Eksporto metodai bei paskirstymo ir pardavimo kanalai
- Pristatymo sąlygos ir terminai

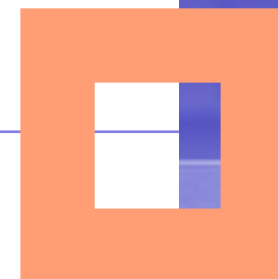
Tai pagrindinė eksporto plano dalis. Joje apibūdinamos pasirinktos tikslinės rinkos (jų specifika, reikalavimai), planuojami eksportuoti produktai, numatant produkto pritaikymo rinkai sąlygas (pvz., pakuotę, ženklavimą ir pan.). Be to, įvardijamas eksporto būdas – tiesioginis arba netiesioginis, tai dažniausiai priklauso nuo įmonės verslo strategijos, patirties, planuojamų eksporto apimčių ir t. t. Numatomi produkto paskirstymo ir pardavimo kanalai, produkto pristatymo sąlygos ir terminai.

IV. Veiksmų planas ir įgyvendinimo kontrolė

Šiame skyriuje nurodoma visa planuojama įgyvendinti specifinė veikla, detalizuojami pirmi eksporto veiklos metai ir įvardijami už ją atsakingi asmenys.

V. Eksporto biudžetas

Šiame skyriuje pateikiamas finansinių ir žmogiškųjų išteklių pasiskirstymas įgyvendinant eksporto planą.



4 žingsnis

Kaip pasirinkti eksporto rinką

I etapas – potencialių rinkų atranka

Atsirinkite iki 10 potencialiai svarbių rinkų savo produktui ar paslaugai:

- Pagal statistinę informaciją pasirinkite nuo 5 iki 10 šalių, daugiausia importuojančių produktus, kuriuos gaminatė.
- Atsisakykite rinkų, kurių verslo aplinka smarkiai skiriasi nuo Lietuvos, taip pat rinkų, kurios yra politiškai nestabilios.
- Atsižvelkite į transportavimo sąlygas, nes transporto išlaidos sudaro reikšmingą eksportuojamos produkcijos sąnaudų dalį.
- Išanalizavę informaciją apie šias rinkas, sudarykite trumpiausią tinkamų rinkų sąrašą.

Pagal turimą informaciją susiaurinkite rinkų sąrašą iki 2–3 šalių. Darydami atranką atsakykite sau į šiuos klausimus:

- Kokiam vartotojui ar pramonės šakai skirtas jūsų produktas?
- Kuriose šalyse yra daugiausia šio produkto vartotojų?
- Kokios šalys yra pagrindinės šio produkto importuotojos?
- Ar jūsų pasirinktose šalyse taikoma daug importo suvaržymų?
- Ar dideli ekonominiai, socialiniai, kultūriniai skirtumai tarp šios rinkos ir vietinės rinkos vartotojų?
- Kokia pagrindinė verslo bendravimo kalba pasirinktoje rinkoje?

II etapas – informacijos kaupimas

Kuo daugiau informacijos turėsite apie galimas eksporto rinkas, tuo geriau galėsite prognozuoti rinkos plėtrą, išskirti veiksnius, kurie gali lemti paklausos ir rinkos struktūros kitimą ateityje, nustatyti pagrindinius produkcijos paskirstymo ir pardavimo kanalus, konkurentų pranašumus, galimybę konkuruoti rinkoje.

Galimi klausimai lyginant pasirinktas rinkas:

- Kokio dydžio jūsų produkto / paslaugos rinka?
- Kokia dalis šio produkto / paslaugos pagaminama vidaus rinkoje?
- Kokią dalį sudaro importas ir iš kokių šalių?
- Ar produkto / paslaugos paklausa rinkoje augo per pastaruosius 3–5 metus?
- Kas yra pagrindiniai jūsų konkurentai?
- Ar yra stambių gamintojų, kurie gamina analogišką ar panašią produkciją?
- Kokie yra pagrindiniai paskirstymo ir pardavimo kanalai, vartotojų elgsena (jei parduodate galutinį produktą)?
- Kokie yra reikalavimai prekės pakuotei?
- Kokie taikomi importo suvaržymai?

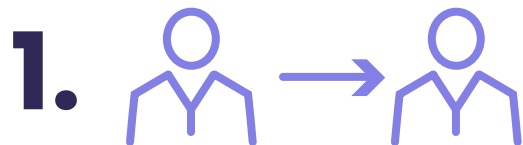
Informaciją apie Lietuvos eksportuotojų prioritetines rinkas galima rasti Inovacijų agentūros platformoje „Eksporto gidas“

5 žingsnis

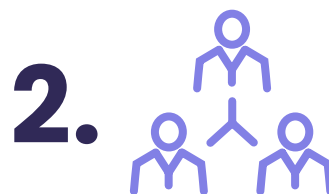
Kaip pasirinkti pardavimo būdą



Eksportuoti produkciją į užsienį galima dviem būdais:



■ Parduodant tiesiogiai – užsienio pirkėjams



■ Parduodant netiesiogiai – per tarpininkus



Pardavimo būdai įtakos turi daugybė veiksnių:

■ Jūsų įmonės verslo strategija

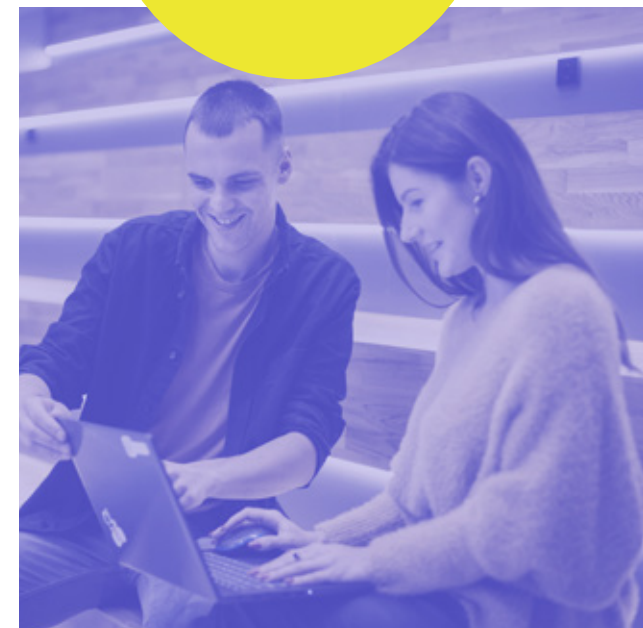
■ Patirtis eksporto srityje

■ Planuojama eksporto apimtis

■ Už eksportą atsakingų įmonių

Tiesioginis pardavimas

Šį pardavimo būdą dažniau renka įmonės, jau turinčios eksporto patirties, nes šiuo atveju atsakomybė ir veiklos sritis yra daug platesnė: pati įmonė kontroliuoja pardavimą, rinkodarą, tiesioginius ryšius su klientais. Be to, šis būdas užtikrina gerokai didesnį pelną, nes nėra tarpininkų arba jie eksporto procese dalyvauja minimaliai. Eksportuotojas įgyja patirties pasirinktoje rinkoje ir gali greitai reaguoti į paklausos pokyčius. Kita vertus, norint parduoti tiesiogiai, reikia daug ilgiau ir kruopščiau ruošti, skirti daugiau finansinių ir žmogiškųjų išteklių.



Netiesioginis pardavimas

Per tarpininkus parduoti savo produkciją ar paslaugą verta tada, jei mokėjimai tarpininkams yra mažesni nei išlaidos, kurios būtų patiriamos parduodant tiesiogiai (sandėliavimas, pakavimas, laikas, finansiniai rinkos tyrimų kaštai).

Vis dėlto reikia įvertinti ir tai, kad parduodami netiesiogiai būsite priklausomi nuo tarpininkų, ribotai kaupsite patirtį eksporto srityje, neturėsite tiesioginio ryšio su klientais.

Netiesioginio pardavimo kanalai:

- **Agentai, kuriems mokami komisiniai.** Jie atstovauja eksportuotojui užsienio rinkoje, randa pirkėją, veda su juo derybas ir persiunčia užsakymą eksportuotojui. Eksportuotojas išsiunčia prekes ir sąskaitą pirkėjui ir, kai pirkėjas apmoka sąskaitą, eksportuotojas sumoka komisinius agentui. Agentai neprisiima pardavimo rizikos, jų pagrindinė paskata – komisiniai už parduotą produkciją.
- **Platintojai (importuotojai).** Skirtingai nei agentai, kuriems mokami komisiniai, importuotojai tiesiogiai perka prekes iš eksportuotojo ir prisiima visą tolesnę pardavimo riziką. Dažnai platintojai dirba konsignacijos pagrindais, t. y. už jiems pateiktas prekes atsiskaitoma ne iš karto, o per tam tikrą laiką. Platintojų pranašumas yra tas, kad jie gali geriau atstovauti pasirinktoje rinkoje, gali sandėliuoti jūsų produkciją ir greičiau patenkinti pirkėjų užsakymus.

Rinkdamiesi užsienio prekybos tarpininką (agentą ar platintoją) atsižvelkite į šiuos veiksniai:

▪ Klientai ir pardavimo apimtis:

- Kokia prekybos tarpininko patirtis ir didžiausi klientai?
- Kiek prekybos tarpininkas turi nuolatinių klientų?
- Ar jo pardavimo apimtis auga ar mažėja?
- Kokia yra jo veiklos teritorija?

▪ Parduodama produkcija:

- Ar jis yra specializuotas prekybos tarpininkas? Jei ne, su kokiomis produktų grupėmis dirba?
- Ar jo parduodama produkcija panašios paskirties kaip ir jūsų?

▪ Pajėgumai ir įranga:

- Kokias pajėgas tarpininkas skirs jūsų produkcijos pardavimo kanalų paieškai?
- Ar jis jau turi kontaktų su jūsų produkcijos pirkėjais?
- Ar jis turi galimybę sandėliuoti produkciją?

6 žingsnis

Kaip užmegzti prekybinius kontaktus savarankiškai



Ieškant kontaktų savarankiškai rekomenduojama:

- Sudaryti kontaktinių adresų sąrašą. Pagrindiniai šaltiniai: spausdinti užsienio šalių įmonių katalogai ir internetinės duomenų bazės. Potencialių kontaktų sąrašus jums gali suteikti užsienio šalių prekybos atstovybės Lietuvoje, Lietuvos ambasados bei komercijos atašė, nuorodos į duomenų bazes skelbiamos <https://eksportogidas.inovacijuagentura.lt> tinklalapyje.
- Naudotis užsienio partnerių paieškos duomenų baze „Orbis“
- Siųsti užklausas ir reklaminius laiškus. Prieš siųsdami laišką iš karto paskambinkite į įmonę – taip sužinosite, ar įmonę domina jūsų produkcija, kokie asmenys atsakingi už tarptautinį bendradarbiavimą, o tada užklausą jiems adresuokite tiesiogiai.
- Susitikti su potencialiais pirkėjais. Gavę potencialių pirkėjų atsakymus, tarkitės dėl susitikimo, kuris, atsižvelgiant į rinką, gali vykti ne anksčiau kaip po dviejų savaičių. Gerai pasiruoškite – turėkite informacinės reklaminės medžiagos apie savo įmonę ir produkciją, sudėliokite derybinę poziciją.



Prisistatymo laiško pavyzdys anglų kalba

Dear [first name],
 I hope this email finds you well! I wanted to reach out because [because I saw your company online] [Name of company] has a new platform that will help (your team at) [...]. [One sentence pitch of benefits]. We do this by:

- Benefit/feature 1
- Benefit/feature 2

Let's explore how [name of your software] can specifically help your business. Are you available for a quick call [time and date]?



7 žingsnis

Kaip tinkamai prisistatyti parodoje, verslo misijoje arba B2B renginiuose



Jei turite mažai eksportavimo patirties:

- Išmėginkite jėgas B2B renginiuose arba verslo misijose. Paprastai didžiąją dalį organizacinių, rinkodaros ir logistikos darbų apsiima atlikti jų organizatoriai. Verslo misijose paprastai susitinkama su tos šalies, į kurią vykstama, verslininkais, o B2B renginiuose, kurios dažnai rengiamos tarptautinių parodų metu, dalyvauja verslininkai iš įvairių šalių.

Jei jaučiatės pasiruošę didesniems eksporto iššūkiams:

- Vykite į tarptautinę parodą. Prieš tai atlikite rinkos, kurioje vyks paroda, analizę, apgalvokite, kaip prisistatysite, suformuokite dalyvavimo parodoje biudžetą (kelionės, registracija, standas, parodos ploto nuoma, reklama ir kt.), paruoškite reklaminės medžiagos (bukletai, vizitinės kortelės ir t. t.), išanalizuokite parodos dalyvius, sudarykite potencialių verslo partnerių sąrašą ir susitarkite susitikti per parodą, atrinkite darbuotojus, kurie atstovaus jūsų įmonei parodoje. Pasirinktą parodą galite iš pradžių aplankyti ir kaip lankytojas – savo akimis įvertinsite, ar ji jums tinkama. Be to, tarptautinėse parodose būna organizuojami ir bendri standai su kitomis įmonėmis – tai leidžia sutaupyti finansinių lėšų, nes galite gauti dalinę valstybės paramą.

Prisistatymas



Vienas didžiausių iššūkių – kaip tinkamai prisistatyti ir parduoti save susitikimuose su potencialiais užsienio partneriais. Išbandykite prisistatymo lifte (angl. „elevator pitch“) metodą. Įsivaizduokite, kad liftu kylate iki dešimto aukšto ir nepažįstamam žmogui turite taip pristatyti savo prekę ar paslaugą, kad per trumpą laiką sutartumėte dėl susitikimo prie kavos puodelio.

Toks prisistatymas turi trukti ne ilgiau kaip 1–2 minutes ir atsakyti į du klausimus:

- Kam aš atstovauju?
- Kaip mano produktas ir paslauga padės klientui?



8 žingsnis

Kaip nustatyti kainą

Norėdami sėkmingai parduoti prekes, privalote pasirinkti strategiją, kaip apskaičiuosite savo prekės ar paslaugos kainas.



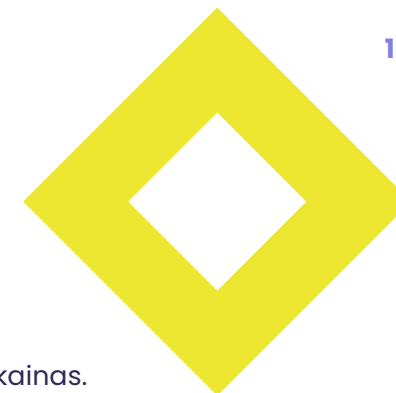
Galimi variantai:

- Nustatykite mažesnę nei konkurentų kainą.
- Laikykitės rinkos kainų.
- Nustatykite didesnę nei konkurentų kainą, pabrėždami kokybę.
- Nuolat keiskite prekybos apimtį ir asortimentą, siekdami užtikrinti kainų ir pelno stabilumą.
- Nustatykite konkurentams nepalankias kainas, kurios verstų juos pasitraukti iš rinkos.



Tarptautinėje rinkoje galimi tokie atsiskaitymo būdai:

- Kartu su klientu pasirinkite tinkamiausią atsiskaitymo būdą, kuris sumažintų galimą riziką ir būtų efektyvus.
- Išankstinis apmokėjimas – klientas apmoka sąskaitą už prekes dar prieš jas pristatant.
- Atvira sąskaita – prekės išsiunčiamos kartu su sąskaita faktūra prieš apmokant.
- Dokumentų inkaso – prekių nuosavybė pirkėjui perduodama tik apmokėjus.
- Dokumentų akredityvas – kliento prašymu sąskaitą už išsiųstas prekes ar atliktas paslaugas įsipareigoja sumokėti bankas.



9 žingsnis

Kaip sudaryti sutartis su užsienio klientu



Sudarydami sutartį su klientais užsienyje, atkreipkite dėmesį į kelis dalykus:

- Sutartyje turi būti aiškiai įvardijama, kurios šalies teisė bus taikoma. Atskiroms sutarties dalims gali būti taikoma skirtingų šalių teisė. Jei su klientu neapsisprendžiate, kurios šalies teisę geriau taikyti, rinkitės Tarptautinės privatinės teisės unifikavimo instituto (UNIDROIT) tarptautinių sutarčių principus arba Europos sutarčių teisės principus.
- Nustatykite, kurioje valstybėje būtų nagrinėjamas galimas teisinis ginčas. Tarptautinėje verslo praktikoje įprasta, kad ginčus dėl sutarčių nagrinėja arbitražai. Šis pasirinkimas galėtų atitikti abiejų pusių interesus, nes, kitaip nei teismai, šalys gali pasirinkti asmenis, kurie išnagrinės jų ginčą, proceso kalbą, vietą, kurioje vyks pats procesas. Arbitražo sprendimas yra galutinis.
- Įvertinkite, ar į sutartį įtraukiate tarptautinių prekybos sąlygų INCOTERMS nuostatas, kuriomis apibrėžiamos sutarčių dalyvių teisės ir pareigos, sąnaudų pasiskirstymas ir rizikos pasidalijimas prekes pristatant į paskirties vietą.

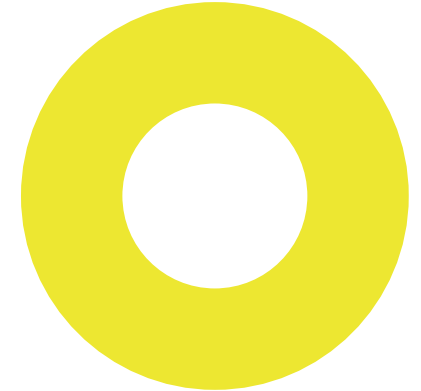
10 žingsnis

Kaip paruošti prekes gabenti



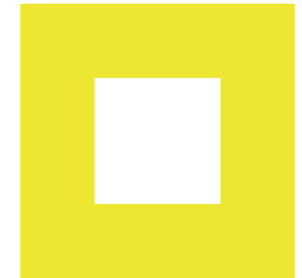
Rengdamiesi gabenti prekes klientui, apgalvokite šiuos aspektus:

- Kaip prekes supakuosite. Norėdami sumažinti medžiagų sąnaudas ir krovinių apgadinimo transportavimo metu riziką, galite mažesnius krovinius supakuoti į didesnius vienetus, naudodami padėklus, transportines talpykles ar kitas pagalbines medžiagas.
- Kaip jūsų prekės bus gabenamos: sunkvežimiais, geležinkeliu, jūra ar oru.
- Kokius dokumentus reikia pasiruošti eksportui. Pagrindiniai eksporto dokumentai yra šie: muitinės deklaracija, tarptautinis važtaraštis, prekybinė sąskaita, pakavimo lapas, prekės kokybės sertifikatas, prekės kilmės sertifikatas, veterinarinis sertifikatas, fitosanitarinis sertifikatas.



**Inovacijų agentūra**

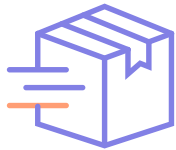
Juozo Balčikonio g. 3, LT-08247 Vilnius



Inovacijų agentūra – tai Lietuvos verslo inovacijų, verslumo ir eksporto skatinimo partnerė, veikianti kaip nacionalinė inovacijų ekosistemos platforma.

Inovacijų agentūra teikia verslo pradžios ir plėtros konsultacijas, tarptautinės verslo plėtros galimybes, skatina verslo kompetencijas, suteikia prieigą prie finansavimo bei tinklaveikos išteklių ir jungia paslaugų verslui bendrakūrėjus.

Inovacijų agentūra įkurta 2022 m. buvusių Lietuvos verslo paramos agentūros (LVPA), verslumo ir eksporto plėtros agentūros „Versli Lietuva“ pagrindu ir konsolidavus Mokslo, inovacijų ir technologijų agentūros (MITA) vykdytas inovacines veiklos funkcijas.



Mes padedame norinčioms eksportuoti arba jau eksportuojančioms įmonėms:

- konsultuodami eksporto plėtros klausimais;
- analizuodami ir teikdami sektorių, užsienio rinkų įžvalgas;
- padėdami užmegzti naujus verslo kontaktus ir partnerystes;
- organizuodami mokymus ir kitus renginius.





Paslaugos eksporto plėtrai

B2Lithuania

Eksportuotojų duomenų bazė „B2Lithuania“

Inovacijų agentūros eksportuotojų duomenų bazė yra nemokama priemonė Lietuvos įmonėms, kurios ieško patikimų partnerių užsienyje. „B2Lithuania“ skelbiama informacija apie mūsų šalies įvairių verslo sektorių gamintojus ir paslaugų teikėjus. Duomenų bazėje pateikiami detalūs Lietuvos įmonių aprašymai ir kontaktinė informacija. Užsienio įmonėms taip pat suteikiama galimybė atsisiųsti kelių juos dominančių įmonių aprašymus ar tiesiogiai susisiekti su potencialiais gaminių tiekėjais ar paslaugų teikėjais.

b2lithuania.com

eksporto gidas

Eksporto gidas – tai vienas informacinis langelis Lietuvos eksportuotojams. Portale vartotojui patogiu būdu skelbiama visa aktuali informacija apie pagrindines Lietuvos eksporto rinkas, padedanti kurti eksportui palankias sąlygas ir skatinti eksporto iniciatyvas.

B2BREXIT teikiama nuolat atnaujinama informacija apie prekybos JK rinkoje reikalavimus ir jų pokyčius, rinkoje veikiančias institucijas, kurios atsakingos už eksportuojamų prekių priežiūrą bei sertifikavimą. Taip pat yra (ir dar bus išplėsta) galimybė pasikonsultuoti su ekspertu!

[Eksportogidas](#)

Eksporto diagnostika

Siekdama didinti lietuviškų įmonių eksporto plėtos kompetencijas, Inovacijų agentūra kviečia įmones, kurios pradeda galvoti apie eksportą ir jo plėtrą, nemokamai atlikti eksporto diagnostiką. Internetinėje platformoje verslo Lietuvoje atstovai, norintys eksportuoti ar jau eksportuojantys savo gaminius į užsienį, gali vos per pusvalandį patikrinti savo įmonės eksporto brandą ir gauti patarimų bei rekomendacijų, kurias eksporto proceso sritis vertėtų stiprinti.

[Eksporto diagnostika](#)



Konsultacijos eksporto ir verslo plėtos klausimais teikiamos el. paštu konsultacijos@inovacijuagentura.lt ir nemokamu telefonu **8 700 77 055**.