

Что взять с собой, когда идёшь
на европейский рынок?

Павел Шинкаренко, Анна Лихопёрская

Выбираем направление

- **страны для холдингов** (Кипр, Сингапур, США)
- **страны для операционной деятельности** (Великобритания, Кипр, США)
- **страны с хорошей торговой репутацией** (Великобритания, США, Нидерланды, Швейцария)

Выбираем направление

- **страны с налогом на прибыль до 15%** (Венгрия, Кипр, Голландия, Люксембург, Швейцария, Болгария, Эстония, Гибралтар, Мальта)
- **страны с низкой налоговой нагрузкой на оплату труда до 30%** (Кипр, Венгрия, Болгария)
- **страны с низкой стоимостью содержания бизнеса, за вычетом оплаты труда** (Латвия, Эстония, Чехия, Болгария, Венгрия)
- **страны, репутация которых может накладывать ограничения** (Лихтенштейн, Гибралтар, Мальта, Кипр, Латвия, Эстония, Литва, Люксембург)
- **страны со специальными налоговыми режимами для интернет-бизнеса** (Нидерланды, Кипр, Люксембург, Швейцария)

Идеальной юрисдикции не существует

Выбираем место

- местный рынок труда и сложности с релокацией персонала
- локальный уровень зарплат и уровень нагрузки на фонд оплаты труда
- стоимость аренды недвижимости
- локальные провайдеры услуг (банки, бухгалтерский учет, аудит, связь и т.д.)
- транспортное сообщение

Чек-лист

- сбор информации и исследования
- проверка бизнес модели
- адаптация контрактов
- поиск локальных провайдеров
- ознакомительные визиты
- открытие компании
- открытие счета
- тестирование платежного потока
- **открытие минимального офиса**
- **найм и релокация персонала**
- **боевой старт**

Европейский рынок

- Это не единый рынок, а **много разных рынков** (разные языки, разная ментальность, разные правила и ограничения)
- При наличии возможности **европейцы используют местные продукты**, при отсутствии - американские, как правило, присутствующие и в Европе в той или иной мере
- Экономические **связи с бывшими колониями** могут оказаться теснее, чем с соседними странами (более характерно для Великобритании, Нидерландов, Франции, Испании, Португалии)
- Можно выделить **схожие группы стран**: Скандинавские страны (*Швеция, Дания, Финляндия*), Бенилюкс (*Бельгия, Нидерланды, Люксембург*) Германия и сателлиты (*Германия, Австрия, Лихтенштейн, Чехия*) Северо-Восток (*Польша, Литва, Латвия, Эстония*). Остальные страны либо образуют малые группы, либо вообще отдельны. Есть при этом Швейцария, которая схожа и Германской группой, но так же и со странами Бенилюкса, да и с Францией много общего, не только в языке, но и в менталитете, привычках, экономических связях)

Проверяем восприятие бренда локальным рынком

- **Solar Staff** - система управления фрилансерами. Буквальный перевод - персонал для работы с солнечными батареями;
- **Chevrolet Nova** - в Испании не продаётся, потому что “no va” - не движется;
- **Coca Cola** - в Китае означает “укусите головастика”;
- **Mitsubishi Pajero** - в Испании продаётся как Mitsubishi Montero, а Pajero - это грубое обращение к сексуальным меньшинствам;
- **Chevrolet Aveo** - везде, кроме России, называется Daewoo Kalos;
- **Nigerian Petroleum Corporation + Газпром = Nigaz**

Особенности национального восприятия

- выверяйте рекламу до мелочей, свойственных рынку;
- будьте готовы к препятствиям для русского паспорта;
- не ждите московского темпа.

Адаптируйтесь под местный стиль продаж

- консультируйтесь с местными агентами по продажам;
- забудьте про “русский” стиль;
- нанимайте местных продавцов (или нет);
- выстраивайте цепочки писем, общайтесь с лидами письмами;
- заведите аккаунт в Calendly и пользуйтесь им!

Заполняйте инфопространство

- размещайтесь бесплатно везде, где можно;
- вступайте в международные организации стартапов/вашей сферы;
- организуйте мит-апы;
- если PR-агентство, то лучше локальное;
- используйте местные бизнес-сообщества (русские и не только).

Flime



Чек-лист

- проверить восприятие названия на местной аудитории;
- проверить лица и людей в рекламных материалах на восприятие “как своих”;
- не строить процедуры продаж со звонками;
- заполнять инфопространство, растить узнаваемость бренда;
- расширяйте местный круг общения