

Семінар «Практичні аспекти залучення інвестицій та супроводу інвесторів на місцевому рівні»

Програми U-LEAD

Александр Маркус

Голова правління Німецько-Української промислово-
торговельної палати

26 вересня 2018 року, м. Тернопіль



© www.123rf.com

Актуальні питання

Чому просування ПІІ?

- Як інвестор вибирає місце розташування свого підприємства чи представництва?
- Яким чином маркетинг / просування ПІІ можуть вплинути на рішення інвестора?

Комунікація:

- Як працювати зі зверненнями потенційних інвесторів?
- Як можна налагодити контакти з інвесторами з Німеччини?

Стратегія та профіль громади:

- Розробка інвестиційного профілю громади;
- Що цікаво для інвесторів?

Презентація:

- Підготовка та проведення успішної презентації - роль комунікаційних навичок
- Як підготувати та провести якісну та ефективну презентацію для інвесторів?

Чому просування ПІІ?

Комплекс заходів для залучення іноземних інвестицій

- Залучення прямих інвесторів
- Супроводження прямих інвестиційних проектів
- Сприяння інвесторам, які вже працюють
- Регіональний маркетинг



© AHK Ukraine

Залучення інвестицій як просування товарів

- Яким є Ваш продукт?
- Хто є Вашим потенційним покупцем?
- Чим Ваш продукт відрізняється в очах покупців від іншої продукції, представленої на ринку?
- Чому покупець має зацікавитися саме Вашим продуктом?
- Як Ви збираєтесь донести до покупця інформацію про переваги Вашого продукту?



© Alexander Markus

Як визначити цільові групи?

- Треба зрозуміти, чим саме цікавиться потенційний інвестор...
- ... а не те, який інвестор потрібен регіону;
- Що є для нього важливими критеріями для прийняття рішення;
- Чим саме Ваш регіон може підійти під ці критерії?



© Alexander Markus

Комунікація

Як звертатися до цільових груп?

- Канали звернення
- Зміст звернення - “message”
- Основи маркетингу
- Ваш продукт
- УТП (унікальна торгова пропозиція) щодо Вашого продукту
- direct marketing - прямий маркетинг



© www.123rf.com

Як підтримувати їхню увагу?

- Залучити потенційного інвестора: дбати про тих інвесторів, які вже працюють
- Follow up
- Name dropping - вихваляння зв'язками
- Доведення «новин» з регіону;
- Участь у рейтингах, якщо є шанс посісти високе місце.



© www.123rf.com

Як потрапити на вирішальний етап вибору?

- Немає нічого більш переконливого, чим свідчення вже працюючого інвестора
- Участь політичного керівництва
- „true“ commitment: реальна допомога у запровадженні проекту
- Залишить Вас без шансів: створення у інвестора враження, що його використовують як «дійну корову»



© www.123rf.com

Стратегія та профіль громади

Аналіз

- Що є можливим, а що - реальним?
- Які успішні бізнес-моделі іноземних фірм вже працюють у Вашому регіоні або ж представлені у сусідніх областях?
- Завдяки чому вони є успішними?
- Чи підійшли б такі види бізнесу і для Вашого регіону і чи є шанс, що вони зможуть стати цікавими у майбутньому?
- Наскільки сильною є інвестиційна привабливість Вашого регіону?



© www.123rf.com

“Benchmark” - орієнтовні показники регіонів

- Хто є Вашими конкурентами?
- Чим вони відрізняються від Вас?
- Що вони пропонують?
- В чому вони Вас переважають?



Стратегія

- Визначення 2-3 пріоритетних галузей
- Протягом 3-5 років у цих галузях проводиться активна робота щодо залучення до них прямих іноземних інвестицій
- Сектори з найбільшою вірогідністю успіху
- Тільки згодом можливо переглянути цю концепцію
- У всіх інших сферах теж проводиться відповідна робота, але не активно, а реактивно



© www.123rf.com

На прикладі ... «м. Берліна»

Приклад «місто Берлін» після об'єднання двох Німеччин

Аналіз:

- Які сфери матимуть найбільші шанси для розвитку міста у найближчому майбутньому?
- При цьому - повне абстрагування від завдання розвивати наявні галузі
- Проте: куди зникли відсутні ланки у ланцюжку доданої вартості?



© visitBerlin, Foto: Wolfgang Scholvien

Позиціонування м. Берліна після об'єднання двох Німеччин

Стратегія:

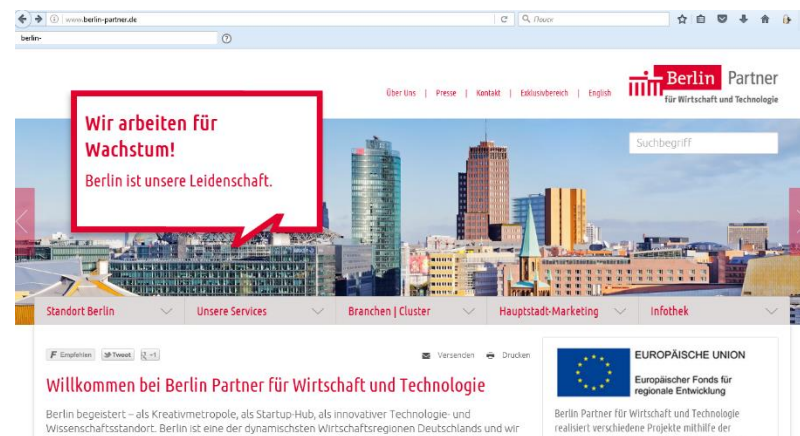
- Повний ребрендинг регіону
- визначення 5 галузей, у які активно залучалися іноземні інвестори
- У всіх інших галузях працювали реактивно



© visitBerlin, Foto: Tanja Koch

Економічний бренд м. Берліна після об'єднання двох Німеччин

- IKT - International Knowledge Technologies
- Life sciences - медико-біологічні науки, харчові технології, біотехнології, науки про захист довкілля
- Мобільність
- Креативна економіка
- Сфера надання послуг



Економічний бренд Берліна сьогодні

- Старт-апи
- Life sciences - медико-біологічні науки
- ІКТ/ ЗМІ / Креативна економіка
- Транспорт / Мобільність / Логістика
- Енергетика
- Оптика
- Сфера надання послуг
- Промислове виробництво

Branchen | Cluster

Gesundheitswirtschaft

IKT | Medien | Kreativwirtschaft

Verkehr | Mobilität | Logistik

Energietechnik

Optik

Dienstleistungswirtschaft

Industrielle Produktion

Презентація громади

Головні розділи

1. Загальна інформація про регіон
2. Чому слід інвестувати саме тут?
3. Індивідуальна частина: пропозиції для інвестора



Загальна інформація про регіон

3-4 слайди з загальною інформацією про регіон

- населення
- економіка
- освіта
- зв'язок
- інфраструктура
- ринок праці
- пільги, інвестиційні програми
- іноземні підприємства
- важливі організації



Чому слід інвестувати саме тут?

наприклад,

- “10 причин,
чому варто розмістити
свій бізнес саме у
нашому регіоні”
- Ваші базові орієнтири



Індивідуальна частина: пропозиції для інвестора

- Відповіді на питання інвестора
- всі рамкові умови, які є необхідними для ухвалення рішення саме для його конкретного проекту; спеціальні пропозиції:
 - податкові та митні пільги
 - інвестиційні програми
 - земельні ділянки, виробничі та офісні приміщення



«Welcome culture» і позитивні приклади

- імідж «відкритого» регіону чи навпаки - “closed shop”
- усна пропаганда серед інвесторів
- не лише «тепле рукостискання» на початку проекту, але й конкретна допомога на кожному кроці
- техніка «круглих столів» для вирішення проблем та запобігання можливих випадків корупції



© Alexander Markus

Як стати лідером?

- Торг!
- Знати сильні та слабкі місця
- Знати пропозиції конкурентів
- Везіння



© www.123rf.com

Дякую за увагу!

Александр Маркус
Голова правління
Німецько-Української промислово-
торговельної палати

01004 Київ, вул. Пушкінська 34

тел. +38 044 377 5200

info@ukraine.ahk.de, <http://ukraine.ahk.de>

Bildnachweis: Ein Teil der Bilder sind das urheberrechtlich geschützte Eigentum von 123RF Limited oder autorisierten Lieferanten, die gemäß der Lizenzbedingungen genutzt werden. Diese Bilder dürfen nicht ohne Erlaubnis von 123RF Limited kopiert oder heruntergeladen werden. Die Karten sind freies Material entsprechend der GNU Free Documentation License resp. Creative Commons Attribution-Share Alike 1.0 Gener.