



Краткая версия

# Основные каналы продаж продукции АПК



Министерство  
сельского хозяйства  
Российской Федерации



**В зависимости от типа продаваемой продукции, а также от уровня зрелости рынка сбыта используются различные каналы сбыта продукции**



#### Существующие каналы продаж

Организовывают всю цепочку поставок от производителя-экспортера до покупателя в стране импорта

- Международные трейдинговые компании
- Крупные компании импортеры

Покупатели смешанного типа (могут выступать как игроки на международном рынке, так и как локальные покупатели)

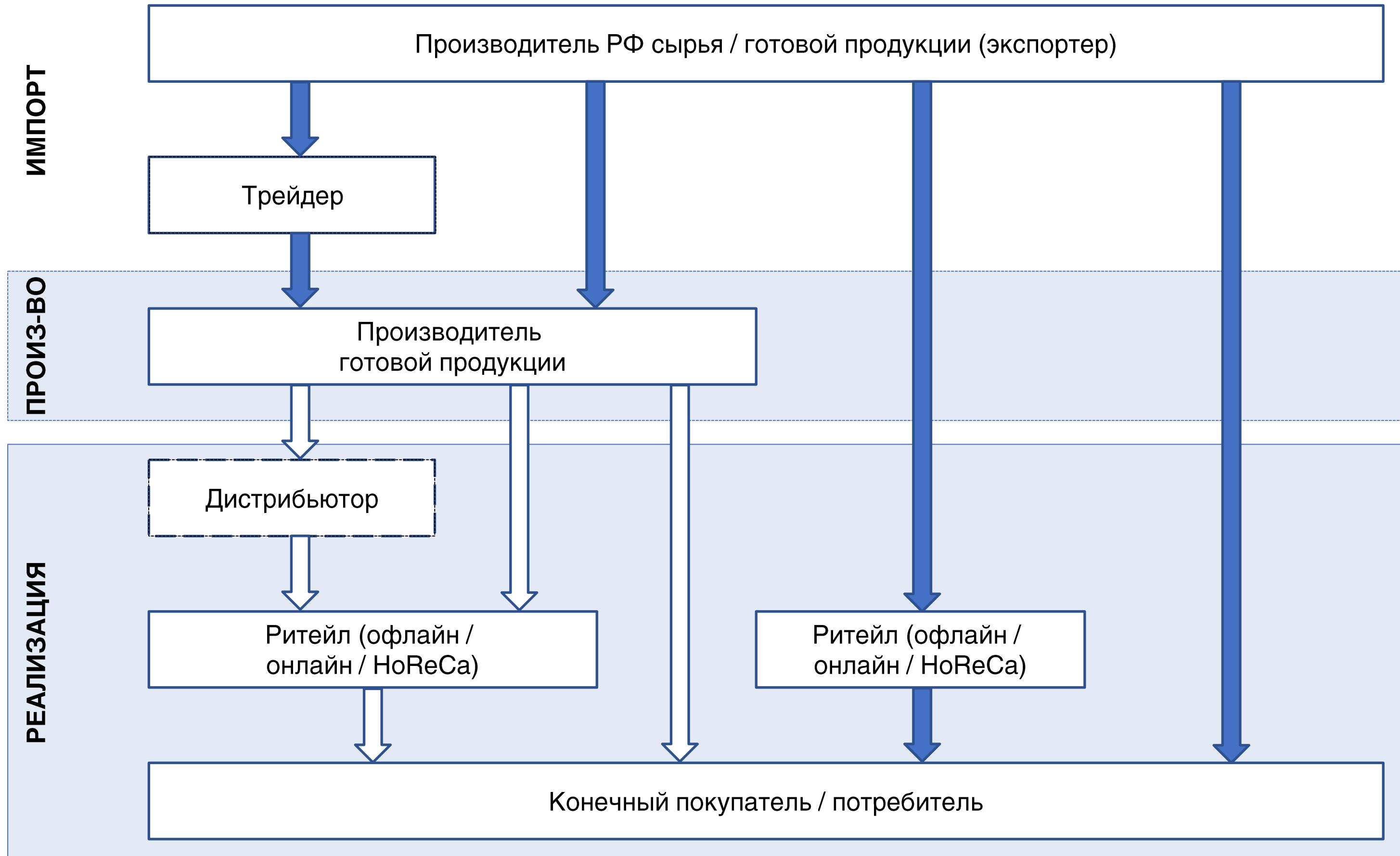
- Крупные торговые сети
- E-commerce

Локальные покупатели импортной продукции (чаще всего без участия на международном рынке)

- Локальные торговые сети
- HoReCa and FoodService
- Переработчики



**Поставлять продукцию можно как напрямую, так и через посредников, что удорожает стоимость продажи продукта конечному потребителю**



Требования к продукции могут быть как на **стратовом (регуляторном)** уровне, так и на уровне **бизнес-партнеров и конечных покупателей (потребителей)** продукции

## Адаптация продукции АПК - доработка продукта к требованиям внешних рынков

### Какие требования могут предъявляться?



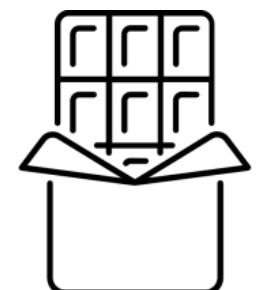
#### Требования к производителям, напр.:

- Соответствие стандартам менеджмента качества (ISO 9001 и др.)
- Соответствие стандартам пищевой безопасности (ISO 22000, HASSP, BRC или IFS)



#### Требования к маркировке, упаковке, напр.:

- Требования к типу упаковки
- Требования к содержанию информации на упаковке
- CE или знак «европейское соответствие» (обязательна для доступа на рынок ЕС)



#### Требования к продукту, напр.:

- Требования к составу
- Ограничения в части уровня алкоголя в напитках (напр., в Швеции)
- Религиозные требования (халаль, кошер)
- Ожидания потребителей (потребительские предпочтения)



#### Требования к процедуре поставок:

- Обязательные требования (фитосанитарный сертификат, веса, качества, происхождения, проч.)
- Религиозная сертификация (халаль, кошер)
- Органическая сертификация
- проч.

# Ключевые факторы успеха и устойчивости присутствия экспортёра на внешнем рынке



## Устойчивые поставки широкого ассортимента продукции

Доля одного вида продукции не должна превышать 30% в общей структуре отгрузок



## Устойчивость активной клиентской базы

Доля активных клиентов должна быть не менее 60% от общего количества покупателей



## Обеспечение стабильности среднего объема поставок в натуральном выражении на 1 контрагента

Средний объем поставок на 1 контрагента должен иметь значение, которое будет равнозначно или выше значения, полученного в предшествующий период



## Степень зависимости устойчивости системы продаж от крупнейших клиентов

CR-3/5 (доля поставок, которая приходится на ТОП-3/5 контрагентов) не должна превышать 30-35%



## Уровень удовлетворенности клиентов продукцией и качеством сервиса

Индекс CSI должен быть не менее 80-90%



## Узнаваемость продукции и/или компании

Высокий уровень Brand Recognition по результатам количественных исследований (опросов)



## Поддержание стабильного уровня качества продукции и сервиса

Обязательный элемент ведения бизнеса в условиях высокой конкуренции на мировом рынке



## Адекватное рынку ценовое позиционирование

Ценовое предложение российской продукции по сопоставимым позициям не должно быть ниже стоимости зарубежных аналогов более чем на 3-5%



## Качественная логистика

Чёткий график поставок, обеспечение надлежащих условий хранения во время транспортировки и сохранности продукции в процессе реализации



## Диверсификация каналов сбыта

Ориентир - не менее 3 каналов продаж (например, переработчики, HoReCa, розничные торговые сети)



# «АГРОЭКСПОРТ» — ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ЦЕНТР РАЗВИТИЯ ЭКСПОРТА ПРОДУКЦИИ АПК МИНСЕЛЬХОЗА РОССИИ



## ПАРТНЕРЫ



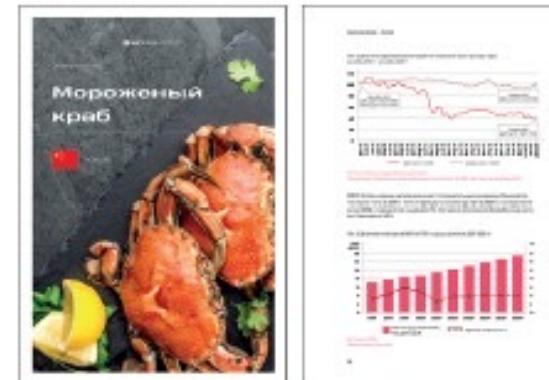
## БИЗНЕС-ПАРТНЕРЫ



# «АГРОЭКСПОРТ» ФОРМИРУЕТ СИСТЕМУ ЗНАНИЙ И КОМПЕТЕНЦИЙ

## ЭКСПОРТНЫЕ ГИДЫ

Прикладные инструкции-справочники для компании, содержащие всю необходимую информацию для начала или развития экспортной конкретной продукции АПК в конкретные страны



## КОНЦЕПЦИИ ПРОДВИЖЕНИЯ

Стратегический документ для компании, определяющий наиболее перспективную модель развития экспортного отдельных продуктовых групп на приоритетные рынки. Включает маркетинговую и коммуникационную стратегии



## ОБЗОРЫ ВЭД

Краткий аналитический отчет для компании, содержащий статистическую информацию о зарубежных рынках продукции АПК



## ОТРАСЛЕВЫЕ ОБЗОРЫ

Еженедельные аналитические отчеты для компании, содержащие актуальную информацию о мировой конъюнктуре цен, динамике и прогнозах экспортных поставок масложировой продукции и зерновых культур



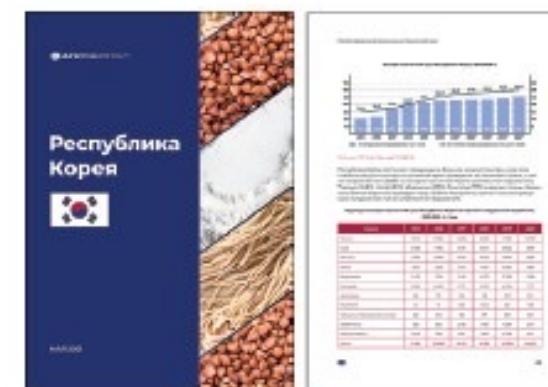
## РЕГИОНАЛЬНЫЕ ОБЗОРЫ

Экспортный профиль региона России, содержащий основные показатели экспорта продукции АПК (структура экспорта, страны-импортеры и др.)



## ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ РЕШЕНИЯ ДЛЯ БИЗНЕСА

Аналитические продукты, разрабатываемые в соответствии с персональными запросами компаний сектора АПК и пищевой промышленности, планирующих выход на новые экспортные рынки



# «АГРОЭКСПОРТ» РАБОТАЕТ БОЛЕЕ ЧЕМ С 2 000 ЗАРУБЕЖНЫХ ПАРТНЕРОВ

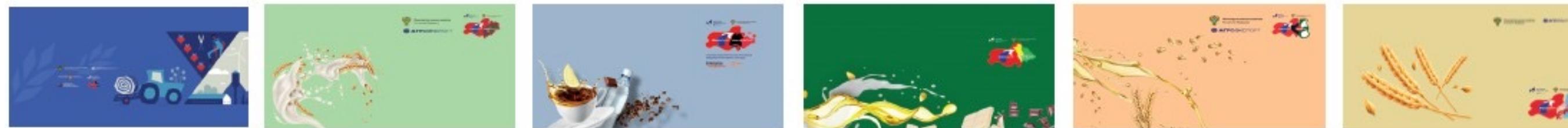
Проведение деловых мероприятий в наиболее перспективных странах для экспорта  
Организация стратегических сессий и обучающих семинаров по вопросам экспорта продукции АПК

## >20 ДЕЛОВЫХ МЕРОПРИЯТИЙ



## >3000 УЧАСТНИКОВ

## ДЕЛОВЫЕ МИССИИ



## >400 B2B ВСТРЕЧ

СЕРБИЯ

МАРОККО

СИНГАПУР

САУДОВСКАЯ АРАВИЯ

АЛЖИР

ЯПОНИЯ

### HORECA

- Saudi Airlines Catering
- Americana Group
- Radisson SAS Hotel Group
- Q.B. Food Trading PTE. LTD.
- Riyadh International Catering Corporation



### ТОРГОВЫЕ СЕТИ

- METRO Cash and Carry
- Majid Al Futtaim Retail (Carrefour)
- Lulu International
- Sheng Siong
- Spinneys Group



### ДИСТРИБЬЮТОРЫ

- Hakan Agro DMCC
- Al Dahra Holding
- Hanwell Holdings Limited
- Interflour Group
- Nestle Saudi Arabia





Министерство сельского хозяйства  
Российской Федерации

АГРОЭКСПОРТ

W W W . A E M C X . R U

I N F O @ A E M C X . R U

T . M E / M C X A E