



Aktivity a služby CzechTrade pro exportéry

Ing. Radomil Doležal, MBA

Generální ředitel

radomil.dolezal@czechtrade.cz

MZV, 22. 6. 2015

www.czechtrade.cz



1.

Pozice CzechTrade systém státní podpory exportu



Jasně vymezení role CzechTrade: podpora exportérů při vstupu a rozvoji aktivit na zahraničních trzích

Nástroje CzechTrade: síť zahraničních kanceláří, konzultanti, informačně analytický servis, systém vzdělávání exportérů, BusinessInfo.cz

1.

Fungující mezirezortní spolupráce MPO a MZV:

- Jednotná zahraniční síť a Katalog služeb státu pro exportéry
- společná snaha koordinovat další vývoj ve prospěch firem (exportní konference v regionech, nové aktivity KCPE pro 2016)
- pravidelné koordinační porady

2.

Důležité změny v organizaci:

- integrace zahraniční sítě
- změny v komunikaci, zintenzivnění, plánované PR aktivity na zvýšení povědomí mezi firmami, nové prezentační materiály, oborové letáky (2. pol.), Doing Business, Exportní průvodce atd.
- zapojení BusinessInfo.cz do marketingu CzechTrade

3.

Výrazná orientace na zákazníka:

- názory firem na služby a teritoria – Exportní průzkum 2015
- nabídka služeb blíže MSP a firmám v regionech (exportní konference a konzultační dny)
- Exportní klub CzechTrade

2. Společná iniciativa CzechTrade, MPO a MZV



Jednodušší pomoc exportérům ve více než 90 zemích světa.

KLIENTSKÉ
CENTRUM PRO
EXPORT

10/2014 – 05/2015 → 312 dotazů

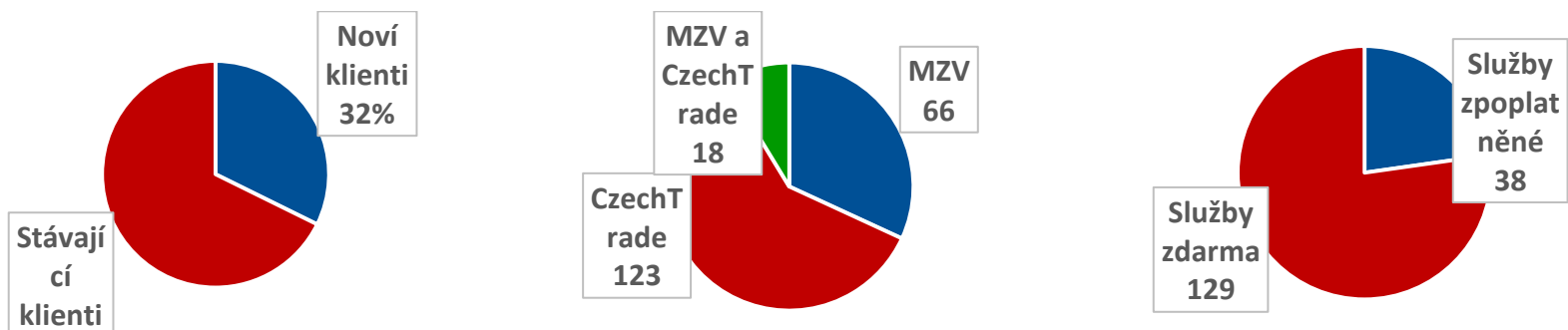
Největší zájem je o služby č. 2 → příprava na obchodní jednání zdarma

Jedno kontaktní místo v ČR: v sídle CzechTrade

Jednotný přístup ke službám: Katalog služeb jednotné zahraniční síť

Komplexní informace pro B2B: CzechTrade (zahraniční kanceláře)

Komplexní informace pro B2G a G2G: MZV (zastupitelské úřady)



3.

Výsledky CzechTrade 2014 - 2015



*CzechTrade dosáhl za rok 2014 výborných výsledků.
Trend pokračuje i v roce 2015.*

1.

EXPORTNÍ PRŮZKUM 2015

- **96 %** firem zná CzechTrade
- Na CzechTrade se obrací **25 %** firem exportujících do EU a **35 %** firem exportujících mimo EU
- **63 %** firem je však připraveno služeb CzechTrade využívat
- **91 %** klientů využilo služeb pražské centrály → **46 %** se obrátilo na ZK

2.

ROSTOUCÍ TRŽBY

- **výrazná akcelerace zájmu exportérů** o využití služeb CzechTrade
- **18% meziroční navýšení** zájmu exportérů o služby
- **Tržby vzrostly** oproti roku 2013 o **15 %** = téměř 30,5 mil. Kč
- 1 559 zakázek – 1 290 zakázek ZK – 909 firem

3.

ROSTOUCÍ PLÁNY TRŽEB (MPO)

- Plán 2014: 32 mil. Kč → realizováno 30,5 mil. Kč
- Plán 2015: 37 mil. Kč → realizováno k 17. 6. 2015 16,5 mil. Kč

4. CzechTrade využívání služeb a jejich přínos

Firmy si cení především statutu vládní agentury a zástupců v zahraničí. Potvrdilo se, že CzechTrade je tradičním partnerem s kvalitní nabídkou služeb pro exportéry.



Hlavní přínosy CzechTrade dle Exportního průzkumu 2015:

- ✓ **Fyzická přítomnost v zahraničí** → 61 % firem oceňuje znalost místního prostředí a know-how, 31 % firem obchodní kontakty
- ✓ Služby CzechTrade přinášejí firmám **úsporu času a nákladů**
- ✓ **Statut vládní agentury** usnadňuje navazování obchodních kontaktů

Nejvíce využívané služby CzechTrade:

1.

- ✓ **Centrála**

- společné účasti na výstavách a veletrzích
- exportní konzultace v Praze a regionech
- aktuální informační servis

2.

- ✓ **Zahraníční kanceláře**

- vyhledání obchodního partnera
- ověření zájmu o produkt
- průzkum trhu a konkurence

5. Plány a cíle CzechTrade 2015 - 2016



Zahraniční síť

- Zlepšení fungování zahraniční sítě
- Důraz na výběr a přípravu pracovníků ZK
- Nastavení kompetenčního profilu
- Rotace pracovníků centrála – ZK, podpora návratu na centrálu

= Plán CzechTrade 2015 → otevíráme nové trhy

Posílení Indie: Zahraniční kancelář v Bangalore (2015)

Korea: Spolupráce se ZK CzechInvest

Zahraniční kancelář v Japonsku: v plánu

Zahraniční kancelář v Singapuru (2015)

Přidaná hodnota služeb

- Přesné nadefinování přidané hodnoty & lepší komunikace služeb CzechTrade → **CRM & znalost trhu**
- Otvírání nových příležitostí obory – teritoria
- Blíže k firmám - CzechTrade v regionech (konzultační dny, konference, rozšíření kontaktních míst do regionů)

6. Úspěšná spolupráce s CzechTrade

