



LATVIA-RUSSIA

CROSS-BORDER COOPERATION PROGRAMME



CO-FUNDED BY THE EUROPEAN UNION, THE REPUBLIC OF LATVIA AND THE RUSSIAN FEDERATION

EKSPORTA MĀRKETINGA UN STRATĒGIJA

GATEWAY
& PARTNERS

MAIJS, 2021

ABOUT GATEWAY & PARTNERS

GATEWAY & PARTNERS



..... #1 in the Eastern Europe since 2004.



..... 7 global representative offices; HQ - Riga



..... more than 1500 clients



..... 1.2 M EUR turnover



..... 25 employees + freelance experts



..... 15+ languages



..... ~55 000 companies in our database



..... client satisfaction rating 8.2

45+

..... project implementation countries

100%

..... clients suggest our services to others



CLIENTS FROM DIFFERENT COUNTRIES



52% INT
UA, GE, MD, TUR



25% LV



12% LT



11% EE



CLIENTS



GOVERNMENT AGENCIES

25%



ASSOCIATIONS & CLUSTERS

25%



PRODUCERS

25%



CONSULTING COMPANIES

25%



INVITATION TO EXPLORE FOOD INDUSTRY IN LATVIA

Latvian Food products quality cluster in cooperation with Gateway&Partners is inviting you to meet FOOD producers in Latvia.

On 12-13th of March a total of 10 producers will welcome you during individual meetings at a B2B matchmaking event and will open their factory premises to introduce you to their product range, production environment, core strengths and advantages. One representative from your company will enjoy paid accommodation expenses and internal transportation, starting from arrival at the local airport until departure.

It is an opportunity to learn about the manufacturing environment in the Baltic countries, find fresh ideas, get to know perspective and growing businesses, and establish new relationships for future cooperation.

MARCH
2019

COVERED
EXPENSES

10
PRODUCERS

2 DAY VISIT

TUKUMA PIENS



The company is interested to export fresh dairy products: eco products, yoghurts, quark, curd, curd snacks, soft cheese and oat drinks.



Greek yogurts & Greek drinking yogurts, Skeyr

Cottage cheese



Sweet cream lactose free yogurts & drinking yogurts

Protein drinks

Curd

Turkish yogurt



Cream Cheese

ECO yogurts, ECO drinking yogurts, ECO snacks

Oat drink

Super breakfast



BRĪVAIS VILNIS



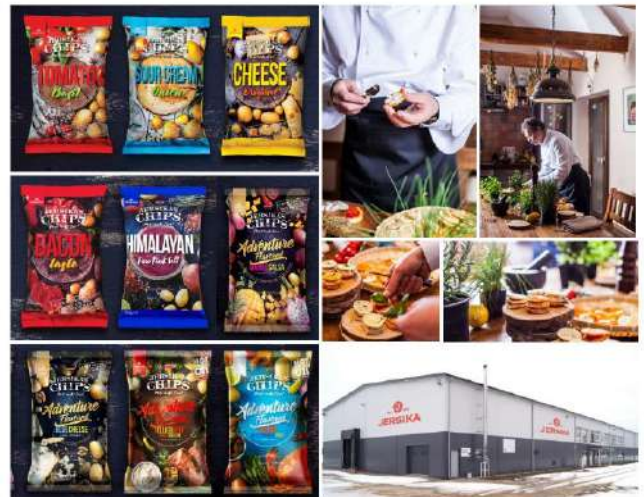
The company is interested to export over 70 different types of canned fish products, including Traditional smoked sprats, Salmon pâté with high content of Calcium and Phosphorus, Grilled sardines and many other unique seafood products.



Jersika's Chips



The company is interested to export potato chips.





UKRAINIAN TRADE MISSION TO GEORGIA

FOOD INDUSTRY

SEPTEMBER 2019



КĀПĒС НЕПĒРК?



JO NEZINA, KA ESI!



32 000 EXHIBITIONS WORLD WIDE;
1200+ EXHIBITION LOCATIONS;
4,5 MILLION COMPANIES EXHIBITING;
300+ MILLION PEOPLE ATTENDING;



Trust?
Years to earn, seconds to break.

BUYER IS AFRAID TO MAKE
MISTAKE AND RUIN
REPUTATION WITH THEIR
CLIENT

EXPORT STRATEGY AND PLAN DEVELOPMENT



EXPORT STRATEGY

Strategies towards beginning of export and its further development, that **set goals, define the offer and market entry ways**, as well as it **predicts resources** for fulfilling the strategy.

EXPORT PLAN

Activities for a certain or several market entry defining the **terms, activities, responsibilities and predicting the budget** for realizing the plan.

KUR?

VĒLMES → IZAINĀJUMI → REALĪTĀTE

TIRGUS IZMĒRS → KONKURENCE → PIESĀTINĀJUMS

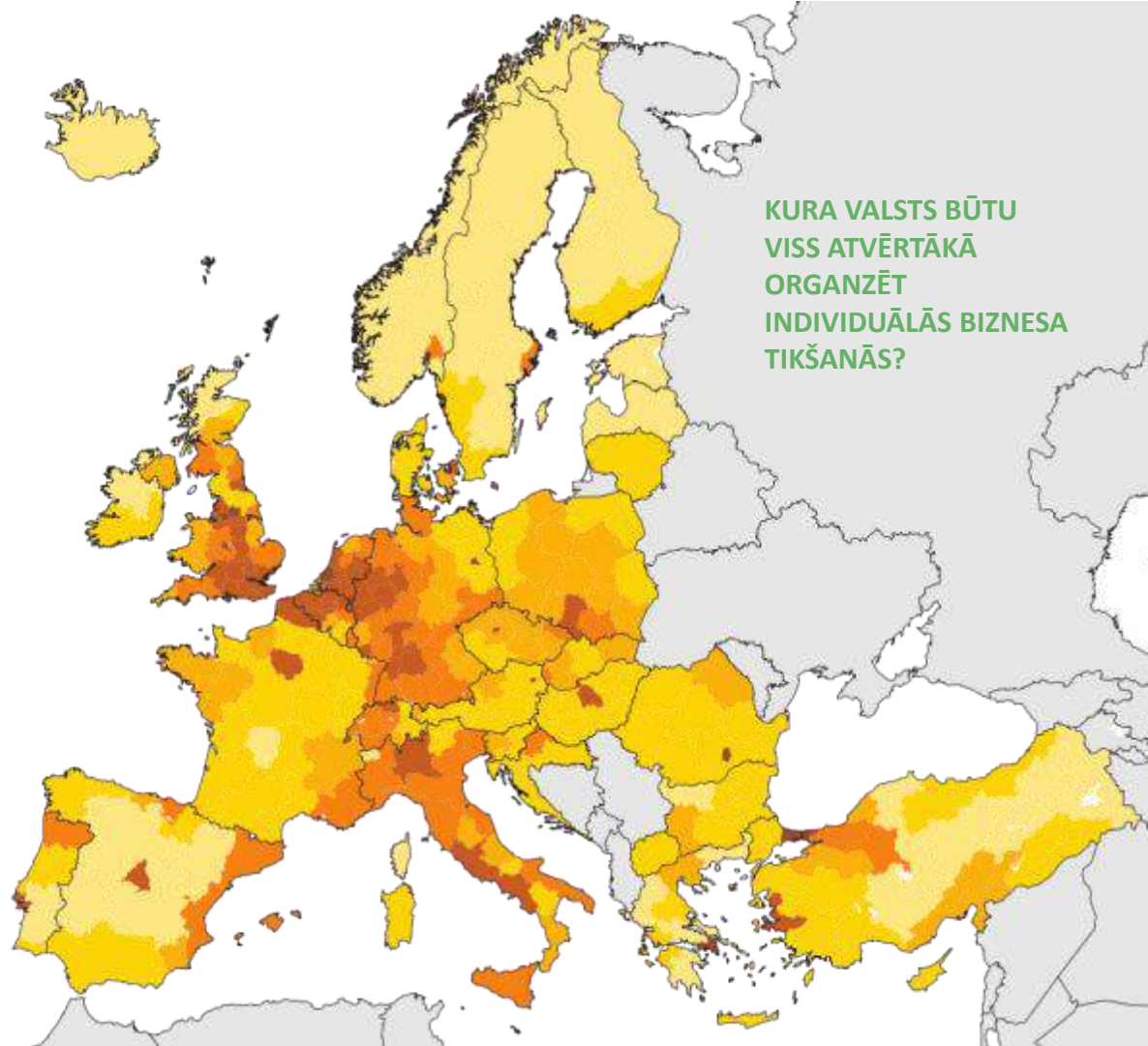
VIETĒJĀ KONKURENCE → CENAS KONKURENCE

TIRGUS AIZSARDZĪBA → SUBSĪDIJAS

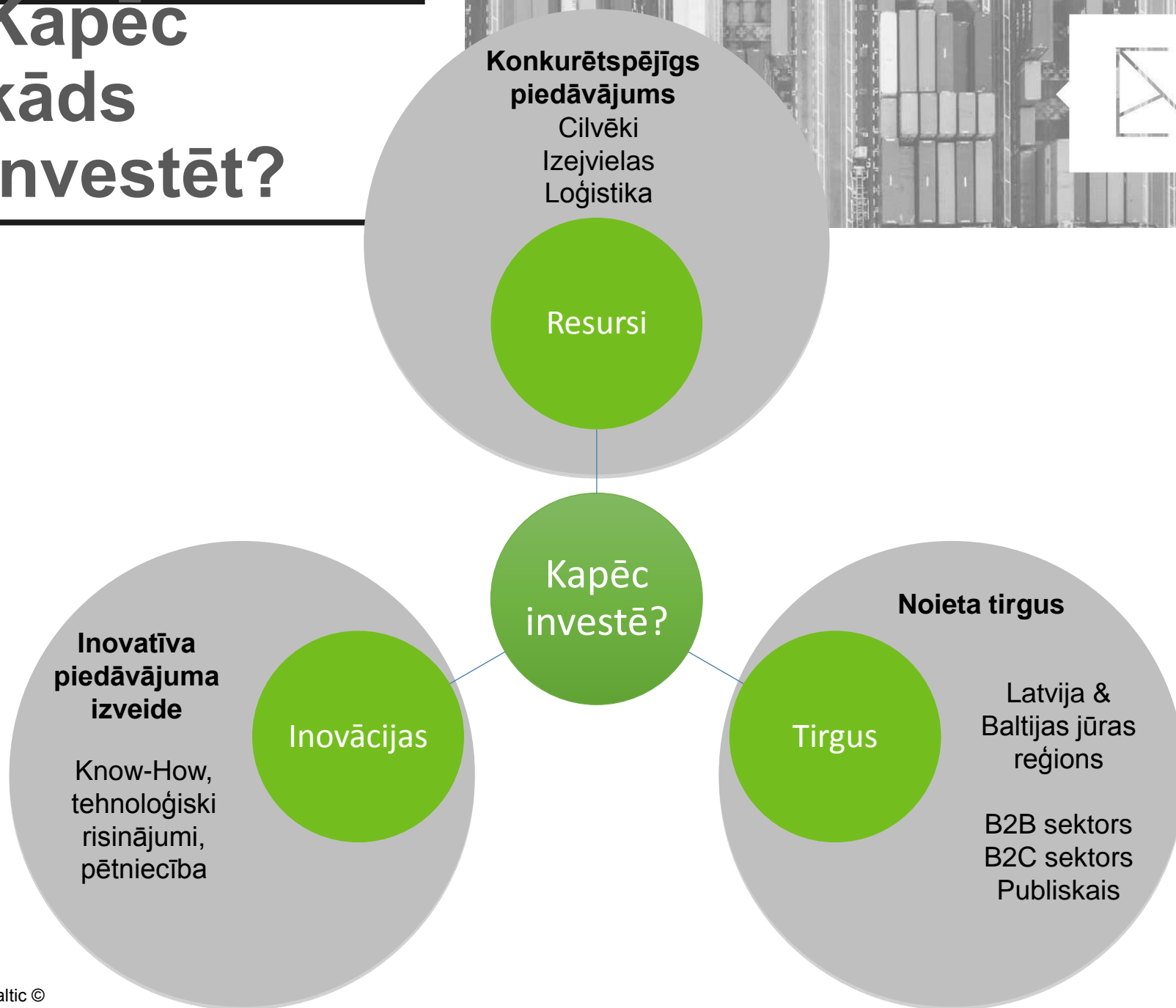
LIELA VALSTS/KOMPĀNIJA → DAUDZ «GATE KEEPERS»

NAV KONKURENCES → VAI TIEŠĀM VAJAG?

VAI IR TO PŪĻU VĒRTS?



Kapēc kāds investēt?



VIENĀ KATLĀ



PIEDĀVĀJUMS

EKSPORTA
STRATĒGIJA
UN PLĀNS

ZĪMOLS UN
MĀRKETINGS

PĀRDOŠANA UN
FINANSES

Konkurenti

potentially
interesting
markets

strategic
markets

PIEŠKIR SVARU

TRADE BALANCE IN % [25]	LANGUAGE [10]	POLITICAL STABILITY [15]	POPULATI ON SIZE [15]	DISTAN CE [10]	TRADE AGREEME NTS [20]	MD TOTAL EXPORTS [5]
TRADE BALANCE IN % AND GROWTH IN LAST 5 YEARS [30 + 10%]	LANGUAGE [10]					
RUSSIA AND UKRAINE EXPORT IN % [35]	LANGUAGE [15]	POLITICAL STABILITY [15]	POPULATI ON SIZE [5]	DISTANC E [20]	TRADE AGREEME NTS [5]	MD TOTAL EXPORTS [5]

KONKURENTU PRIZMA

TIRGUS INFORMĀCIJA



ZINI SAVUS
KONKURENTUS

ZINI SAVU PIEVIENOTO
VĒRTĪBU

POZICIONĒ SEVI STARP
TIRGUS SPĒLĒTĀJIEM

CENA NAV
IZŠĶIROŠAIS!

TOP IMPORT PARTNERS

Breakdown of Czech Republic largest cosmetics and washing products import partners in 2016 by type of products, EUR



Cosmetic and skin care

298.1 mln (25%)

Germany – 29%

France – 16%

Poland – 16%

Italy – 6%

USA – 5%



Washing and cleaning preparations

263.5 mln (22%)

Germany – 27%

Poland – 13%

France – 13%

UK – 8%

Austria – 7%



Perfumes and toilet waters

260.4 mln (22%)

France – 49%

Italy – 11%

UK – 11%

USA – 9%

Germany – 4%



Hair preparations

178.5 mln (15%)

Germany – 43%

France – 11%

Slovenia – 7%

Italy – 6%

Spain – 6%



Perfumery, cosmetic or toilet preparations

91.2 mln (8%)

Germany – 21%

France – 12%

Poland – 11%

UK – 9%

Italy – 7%



Soap

90.1 mln (8%)

Germany – 29%

Poland – 11%

Turkey – 9%

UK – 8%

France – 8%

KEY SALES PLAYERS

General retailers



Specialized in beauty/personal and home care retailers



Pharmacy chains



PRICING: PERFUMES

Premium:



EUR 20-25

AVON

EUR 25-35

EUR 35+

bruno banani.
NOT FOR EVERYBODY

Mainstream:



EUR 6-10

EUR 10-15

EUR 15-20

MEXX

Economy:

NIVEA

EUR 2-3

Lazell[®]
parfums

EUR 4-6



ELODE

EUR 6-10



PLAUKTA INFORMĀCIJA

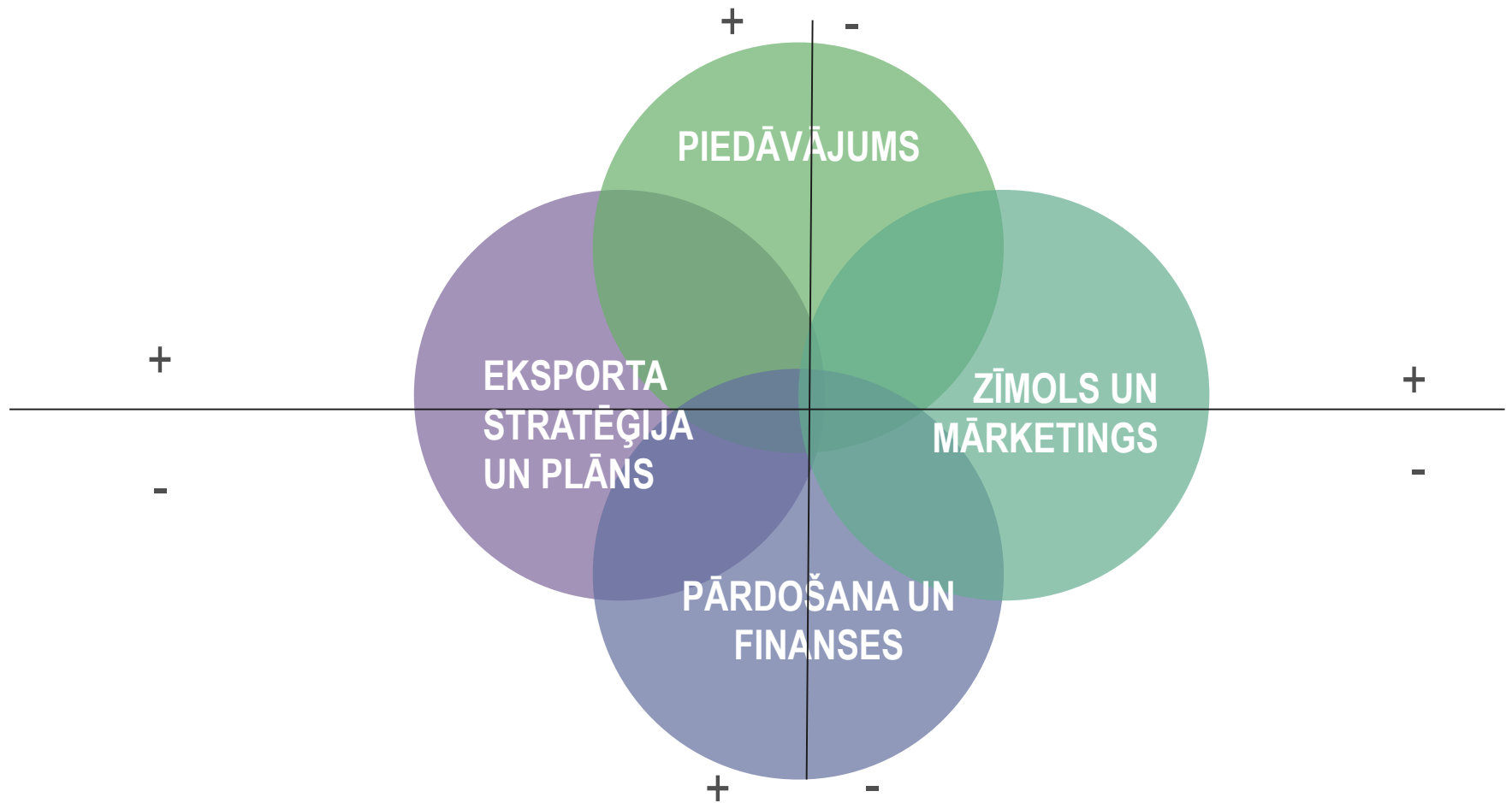
Italian Tortellini from Coop



Fresh dumplings



IZVĒRTĒJIET SAVAS STIPRĀS UN VĀJĀS PUSES



GLOBĀLS NO PIRMĀS DIENAS

VAI ESMU GATAVS EKSPORTAM?



PIEDĀVĀJUMS

EKSPORTA
STRATĒGIJA
UN PLĀNS

ZĪMOLS UN
MĀRKETINGS

PĀRDOŠANA UN
FINANSES

- Vai mans produkts ir piemērots eksportam?
- Kā es varētu pilnveidot produktu, lai tas atbilstu mērķa tirgum?
- Kāda būs cena?
- Vai es spēju saražot?



STŪRAKMEŅI:

NEMAINĪGA KVALITĀTE

NEPIECIEŠAMAS DAUDZUMS

KONKURĒTSPĒJĪGA CENA





VAI MĒS VARAM IEMĀCĪT ĒST?



KOPĒT vai PĀRSTEIGT?



Chocolete tastes



Dark chilli



White Espresso



Milk Liqourice/Raspberry



White Blueberry/Lingonberry



Dark Rose



Dark Sparkling Wine

B2B

KO PIEPRASA EKSPORTA TIRGUS?

EKSPORTA PRASA PIELĀGOŠANOS

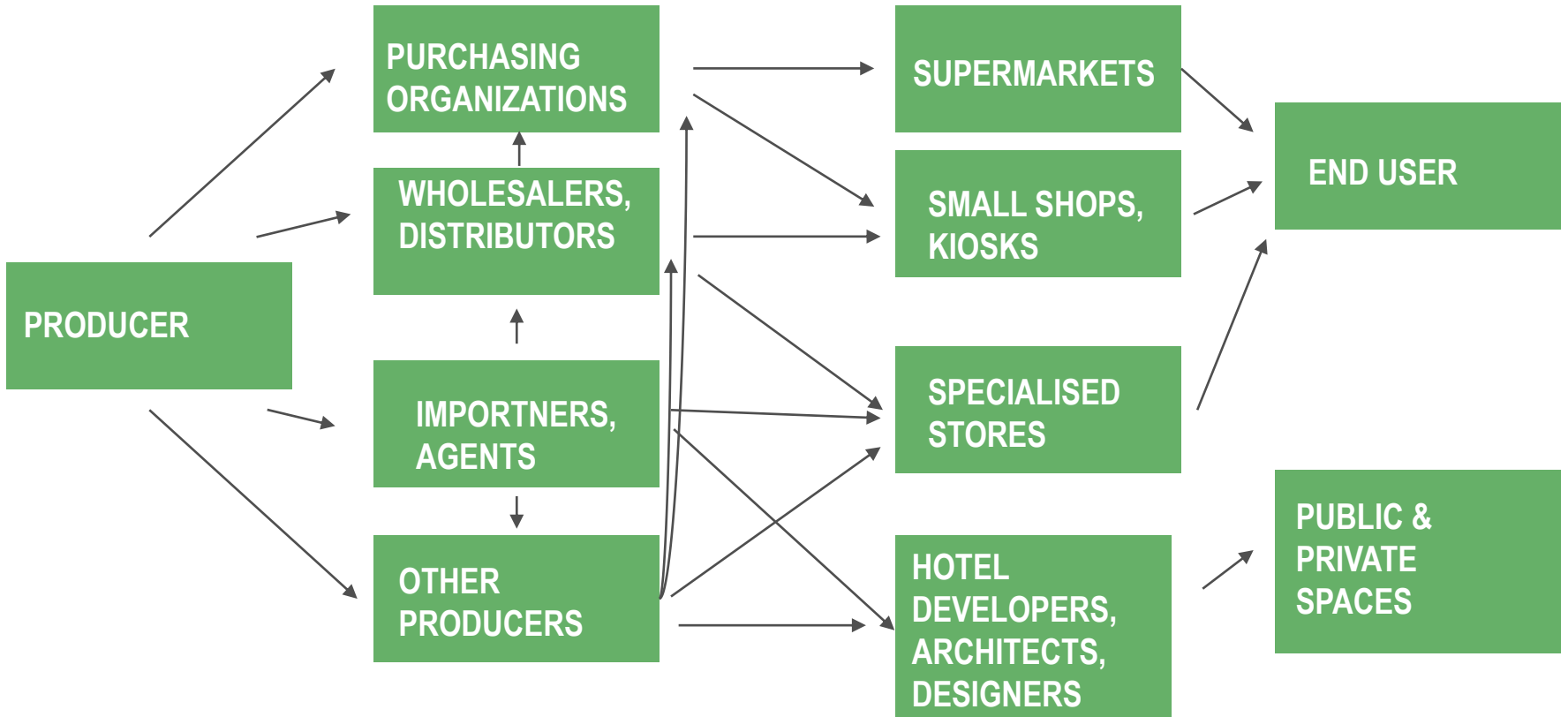
MĀJAS TIRGUS UN EKSPORTA TIRGUS PRODUKTS



GATEWAY
& PARTNERS

G
&P

SALES CHANELS



SUBCONTRACTING / PRIVĀTĀ PREČU ZĪME

Tweet

Mārtiņš Dubrovskis @dubrix · Aug 21
Kas latviešiem inovācijas, citur saucas lēti kopēt. wobbel.eu/en/

Normunds Bergs @normundsbergs · Aug 20
Var gaudot, bet var arī strādāt.
Inovāciju var atrast visur. Arī šķietami vienkāršās lietās. Malači.
twitter.com/ltvzinas/statu...

Normunds Bergs @normundsbergs · Aug 21
kopē, mācīs, uzlabo. viņi kādu patentu nozaguši? mehānikā, un ne tikai tajā, izcilu no viduvēja produkta atšķir sīkumiņi. milimetri, materiālu kompozīcija.

Andris Bite @AndrisBite
Replying to @normundsbergs and @dubrix
Mēs sākumā lēti kopējām un šodien 60% no Dānijas, 80% no Zviedrijas zivju konservu plaukta tiek ražoti Latvijā. Nokopēt un saražot lētāk arī ir inovācija. Jauni oriģinālie produkti nāk pēc tam ar spēka uzkrāšanu. Pricējās par katru šādu ražotāju.

8:43 AM · Aug 21, 2020 · Twitter for iPhone

12 Retweets and comments 71 Likes

Mārtiņš Ketners @martinsketners · Aug 21
Kā man viens uzņēmējs stāstīja – braukājot uz izstādēm Eiropā, nevienš tur nenāk dēj cenas. Pat tā, ka ja sāk runāt par "lētāk", ne vien zūd interese, bet uztver kā apvainojumu.

Andris Bite @AndrisBite · Aug 21
Replying to @AndrisBite @normundsbergs and @dubrix
un kopējām, zagām idejas, solījām ko nezinājām kā izpildīt, blefojām uz pilnu klāpi

Z/s Vārpas @ZsVarpas · Aug 22
Kaut kur jau tās idejas jāsmēļ. Parasti ņem piemēru no labākajiem. Bet visticamāk, bija arī kaut kāda pārliecība, ka spēj saražot labu produktu, labāku par to kas ir veikalos, kaut arī nosaukums sakrīt.

Chiulju Pussala @ChiuljuPussala · Aug 21
Replying to @AndrisBite @normundsbergs and @dubrix
Visas, šobrīd industriāli attīstītās valstīs, savulaik ir nodarbojušās ar kopēšanu.

MĀCĀMIES NO KONKURENTIEM AR
VIŅIEM ARĪ SADARBOJOTIES!

VAI ESMU GATAVS EKSPORTAM?



- Mājas lapa angliki
- Piestrādāt pie Google ad-words
- Sagatavot veiksmīgu kompānijas prezentāciju
- Īsu digitālu materiālu par kompāniju un tās piedāvājumu
- Produktu katalogu
- Vizītkartes
- Stends izstādē un citi materiāli

ZĪMOLS un MĀRKETINGS



est | ang | fin | rus

NUIA PMT

Nuia PMT Hydraulic cylinders Metal structures Contact

Nuia PMT AS

Nuia PMT AS was founded in 1991. Main field of activity is manufacturing hydraulic cylinders and metal structures and equipment. The company has 75 employees and turnover in 2015 was MEUR 4,5.

Our main clients are forestry-, agriculture- and construction machine manufacturers in Estonia, Finland, Sweden and Latvia.

The management system at Nuia PMT is based on the requirement of EVS-EN-ISO 9001:2008 (DNV, Lloyd's).

The welding processes have been certified according to EN ISO 3834-3 and manufacturing of steel structures according EN 1090-1.

www.nuiapmt.ee/en





NURME TURVAS

About Us Services Contact Gallery

Services

www.nurmeturvas.ee



Helen

HOME CONSUMER BUSINESS CLIENT

Kirkaerahelbed

www.helen.ee



BALTIC FENCE

www.balticfence.ee

INSPIRATION KNOWLEDGE CORPORATE WHERE TO BUY

PRODUCT RANGE

- Baltic Fence Systems
- Gazebos
- Cabins & Sheds
- Planters & Accessories
- Furniture & Utility

BALTIC FENCE AT GLEE 2010 BIRMINGHAM

HELLO, BALTIC FENCE DESIGNS AND PRODUCES FOR OUTDOOR AND GARDEN LIVING. THIS IS OUR WEBSITE. ENTER >

PLAY >

INSPIRATION: Booklets, Photos & Videos

KNOWLEDGE: Assembly Instructions

CORPORATE: About Baltic Fence, Contact Us

WHERE TO BUY: Contact Our Dealers



[Request Prices](#)

Most durable pallet block



The new standard in pallet manufacturing





Team



Andis Skele
Director

+ (371) 26402297
andis.skele@balticblock.com



Gatis Skele
Sales Director

+ (371) 29496996
gatis.skele@balticblock.com



Ugis Dombrovskis
Manager of purchasing

+ (371) 26538888
ugis.dombrovskis@balticblock.com



Gints Radzins
Production Manager

+ (371) 20000303
gints.radzins@balticblock.com

*where do we
come from*

*what do we
care about?*

with people

*what can we
offer*

our experience

what will we



HORIZONTAL HOT WATER BOILERS



«KAPAK» SERIES

Output range: from 750 till 4000 kW.

[VERTICAL HOT WATER BOILERS](#)

[HORIZONTAL HOT WATER BOILERS](#)

[MOVING GRATES FRONT FURNACES](#)

[FUEL SUPPLY CONVEYERS](#)

[MOVING FLOOR](#)

[ASH REMOVAL SYSTEMS](#)

[MULTICYCLONES](#)

[CHIMNEY](#)

[AUTOMATED CONTROL UNITS](#)

[ECONOMISERS](#)

[FUEL STORAGE](#)





What does your company do?



Who are your customers?



What key benefits do you offer your customers?



Why is your company better than competitors?



What information gives your firm more credibility?

What you do?

What issues you solve?

What is the added value?

Question!

30 sec. - 2 min

KEY FACTS

Company	Very Berry
Products	Juices, Juice drinks, Syrups
Established	1997
Employees	23
Turnover	717 605 EUR (2016)
Export	Estonia, Lithuania, United Kingdom, Germany, United States of America
Export Share	15% of turnover

ABOUT THE COMPANY

Very Berry is a Latvian producer of natural juices, syrups and drinks.

The company's production premises are equipped with modern refrigeration equipment enabling fruit and berry freezing and storage. After harvesting berries from Latvian fields they are brought to the Very Berry factory where they are stored in a shock chamber (-38° C). Then berries are moved to a storage chamber (-12° to -16° C) where they are kept until berries are needed for juice production. Cold press technology is used in production process to ensure the preservation of vitamins.

In addition to the juice production, Very Berry owns 38 ha of turf fields in northeast of Latvia. The company grows cranberries, blueberries, raspberries and rhubarb, which are harvested by hands and after used in juice production.



CERTIFICATION

Very Berry works according to the Global G.A.P. farm standards and holds HACCAP certificate. The company is in process of receiving BRC food certificate in April 2017.



TRUSTED BY



For all products cold press technology and light pasteurization is used to preserve natural ingredients. No preservatives, food additives or flavourings. The product shelf life is 18 months.



NATURAL JUICES (0,33l)

- Pure 100% natural berry juice, NO sugar added
- Available flavours – cranberry, raspberry, blueberry, black currant, chokeberry, sea buckthorn, cherry, red currant, apple sea buckthorn
- Packaging made of glass - does not react with biologically active ingredients of juice



NATURAL SYRUP (0,5l)

- Syrup is made from natural berry juice (50%) and sugar syrup (50%)
- Available flavours – cranberry, raspberry, quince, rhubarb, sea buckthorn, cherry, strawberry, red currant, black currant
- Packaging made of glass - does not react with biologically active ingredients of syrup



NATURAL JUICE DRINKS (0,33l and 0,75l)

- Drink is made from natural juice of berries, water, and sugar
- Available flavours – cranberry, raspberry, quince, black currant, rhubarb
- Packaging made of glass - does not react with biologically active ingredients of syrup



Bag-In-Box (2,25L)

- Natural juice drinks are packed in easy-to-use packaging
- Drink is made from natural juice of berries, water, and sugar
- Available flavours – cranberry, raspberry, quince, black currant, rhubarb, cherry
- Card board for more comfortable use

CONTACTS

Ize Sautiņa
Marketing Manager
+371 26453333
ize@veryberry.lv

Very Berry Rd
"Taina purvs", Gaujienas pag.
Apeš novads, LV-4339
www.veryberry.lv/en

WOOLISH

YILJANDI 1928

WOOLISH

YILJANDI 1928

KEY FACTS

Company	WOOLISH
Product	Knitwear
Established	1928
Turnover	270 000 EUR (2013)
Employees	10
Quality	OEKO TEX

WOOLISH applies to a person who is fully aware and has original sense for trendy, detail orientated, differential, comfy and original knitwear.

Urban Style
Traditional patterns
Modern design

ABOUT THE COMPANY

WOOLISH is an Estonian knitwear and home textile brand. Producing products under own brand is new but the history and the heritage of the 4th generation family company goes back to 1928.

WOOLISH is a production company, which provides its own collections as well as subcontractor services for Private Label projects. The whole supply chain of raw materials, design process and final production is planned and organized by the corresponding departments of the company.



ABOUT THE PRODUCT

WOOLISH is all about feeling comfy and special. The company wants to offer this special feeling while the customer is home or away, so several product lines have been developed.

LIVE WOOLISH – Design lifestyle knitwear for home

HE'S WOOLISH – Design knitwear for men

SHE'S WOOLISH – Design knitwear for women



LIVE WOOLISH

It's all about to make you feel like a royalty. No matter if you are young or old, infected with the zero bug or like it traditionally nice & clean.

Paids | Lamp shades | Bed headboards | Pillows



SHE'S WOOLISH

Women's line offers a multifunctional wide collection of garments.

Sweaters | Jumpers | Jackets | Ponchos | Hats | Dresses | Scarfs

HE'S WOOLISH

Whatever the occasion might be WOOLISH has it covered. Be it working hard on chopping wood or sipping cocktails at the nicest bar in town.

Cardigans | Accessories



Contacts

WOOLISH | www.woolish.ee | info@woolish.ee | +372 55 44 871

HOME

Solid. Safe. Cozy.

TIMBER
MODULES



KEY FACTS

Company	Timber Modules
Product	Modular houses
Established	2012
Turnover	1.2 M EUR (2016)
Employees	34
Factory	6.5 ha
Timber processing	20 000 m ³ annually

ABOUT THE COMPANY

Timber Modules is producing compact turn-key modular houses which are adjusted for the Northern climate. The projects come fully complete with a modern interior and exterior. Company thrives for a well-thought-out design taking in consideration the client's desires.



HOME

Solid. Safe. Cozy.

TIMBER
MODULES



MATERIALS

All timber materials used in the production of modular houses are supplied by mother company VMS Timber. This guarantees the best quality timber and continuous quality control during the production process.

Timber Modules uses Firestone hydro-isolation materials and Kingspan thermal insulation products which assure high performance of the house under any weather conditions.



DIMENSIONS & SPACE



Standard module indoor floor space: 40.25 m²



Rooms: open plan living room and kitchen, a bedroom, storage space and amenities.



INDOOR DIMENSIONS

11.5m x 3.5m x 2.8m



BESPOKE PROJECTS

Timber Modules offers also bespoke units that are designed and furnished according to the individual needs of each client.



MAIN ADVANTAGES



Modern, functional and environmentally friendly design
The modular houses are fully produced in the factory's premises which fully eliminates a need for construction site and further building waste.



Efficiency
Effective production technologies enable the company to provide the best quality. The timber panel technology significantly reduces construction time and equipment's rental costs.

CONTACTS

RAIMONDS GUSAREVS
Member of the Board
rainonds@timbermodules.com
+371 26 635 580

TIMBER MODULES
Zāgeri, Bīksēne, Sarkanā pīriah,
Madona, LV-4870, Latvia
www.timbermodules.com

KĀ VEIDOJAS CENA?

Kā veidojas cena?

No kuras puses skaties?

GRĀMATVEDIS

- Izmaksas
- Pašizmaksa
- Peļņas %

EKONOMISTS

- Pieprasījums
- Piedāvājums

PIRCĒJS/

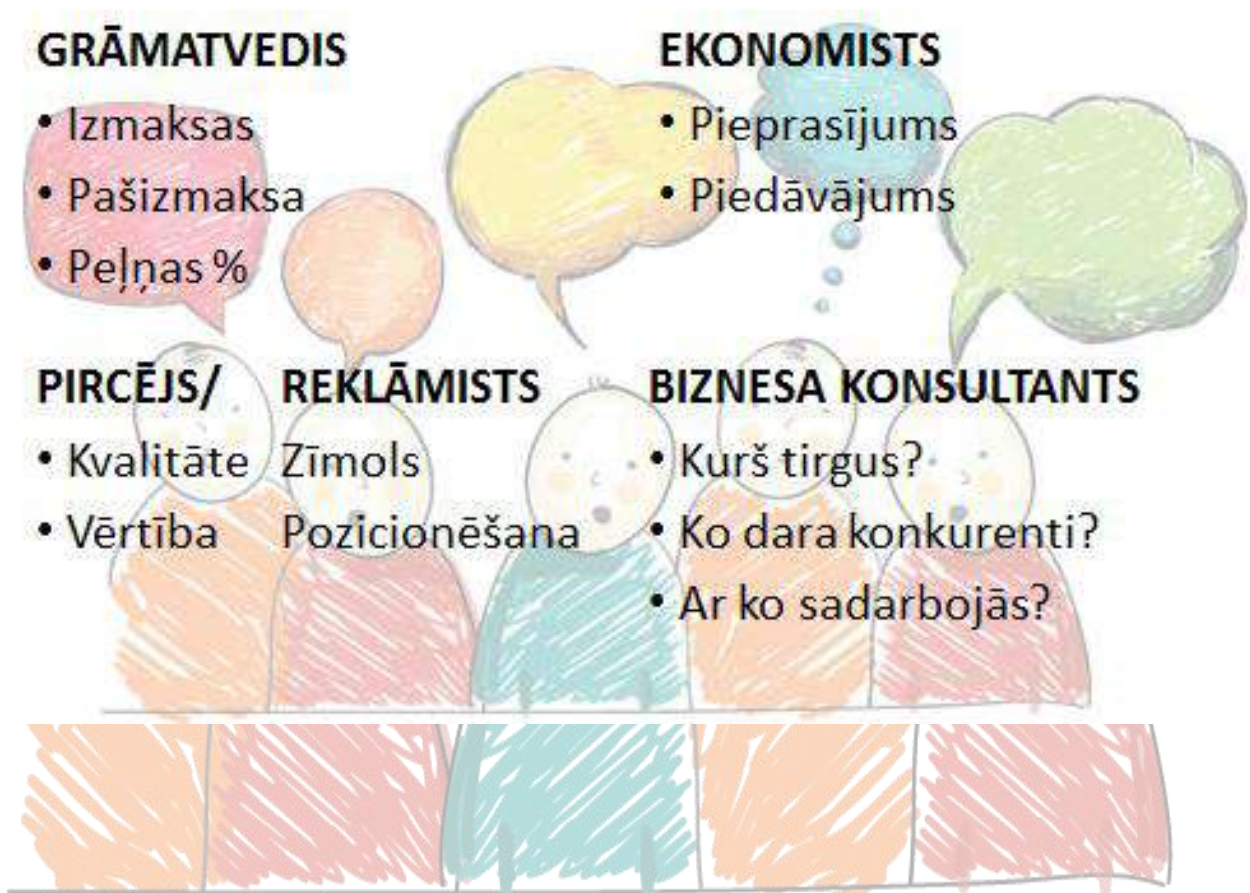
- Kvalitāte
- Vērtība

REKLĀMISTS

- Zīmols
- Pozicionēšana

BIZNESĀ KONSULTANTS

- Kurš tirgus?
- Ko dara konkurenti?
- Ar ko sadarbojās?



PĀRDOŠANAS KANĀLI

Gala patērētājs

Veikalu ķēde

Uzcenojums:

- Parasti 40-60%

Vairumtirgotājs

Uzcenojums:

- Parasti 30-40%

Importētājs/
aģents

Uzcenojums:

- Parasti 10-40%

Vairumtirgotājam var būt
savi aģenti, kas izplata uz
veikaliem. Parasti komisija ir
10%

CENAS MAĢISKĀ FORMULA?

(Recommended Retail Price / VAT + 150%) - (Unit Cost Price / Recommended Retail Price)

Ieteicamā plaukta cena	PVN	Uzcenojums	Pašizmaksa
3,50	21%	150%	1,50

Eksporta cena	1,62
---------------	------

- Pašizmaks
- Iepakojums
- Konkurenti
- Klienti
- Vērtība
- Partneri
- Sertifikāti
- Loģistika
- Pārdošanas izmaksas
- Patenti, testi,...

TIRDZNICĪBAS KĒDE - SAĪSINĀS

MUNIO CANDELA®

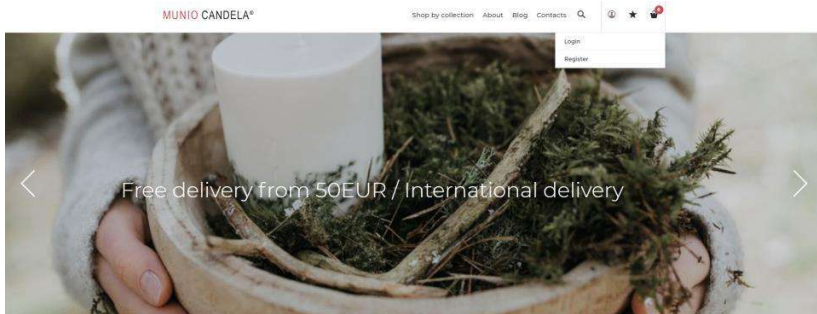
Shop by collection About Blog Contacts

Login
Register

Free delivery from 50EUR / International delivery



DIGITĀLIE PĀRDOŠANAS RĪKI



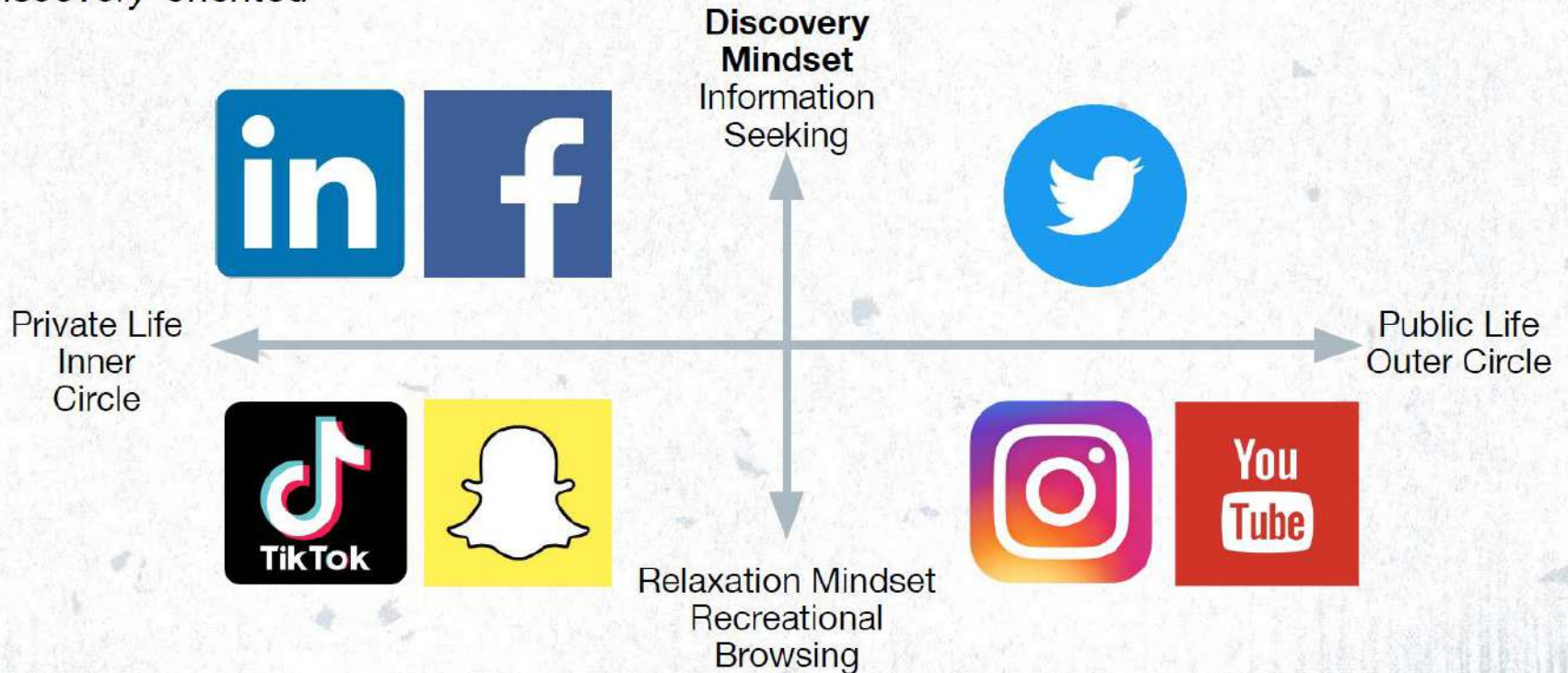
F A I R E



DIGITĀLIE MĀRKETINGA RĪKI

Different Platforms, Different Mindsets

Consumers turn to Twitter actively seeking information, making the platform uniquely *discovery-oriented*



DIGITĀLIE MĀRKETINGA RĪKI



LIETOTĀJU SKAITS: 2,8 MILJARDI

LIETOTĀJI LV: 1,3 MILJ. 68 %

MĒRĶIS: SOCIALIZĒŠANĀS,
INFORMĀCIJAS APRITE, REKLĀMA,
KLIENTU PIESAISTE, PĀRDOŠANA



LIETOTĀJU SKAITS PASAULĒ: 700 MILJ.

LIETOTĀJI LV: 375 100 TŪKST. 20.1%

MĒRĶIS: PROFESIONĀLS SOCIĀLAIS
TĪKLS, MĒRĶĒTS UZ PROFESIONĀLO UN
KARJERAS IZGLĪTĪBU, DARBA
SLUDINĀJUMIEM, PROFESIONĀLAS
INFORMĀCIJAS APRITI, UZŅĒMUMU
SERVISU REKLĀMU



LIETOTĀJU SKAITS: 1,2 MILJARDI

LIETOTĀJI LV: 706 400 TŪKST. 37,9 %

MĒRĶIS: FOTO, DAŽĀDU FILTRU
LIETOŠANA, INFLUENCERU MĀRKETINGS,
PRODUKTU IZVIETOŠANA UN REKLĀMA

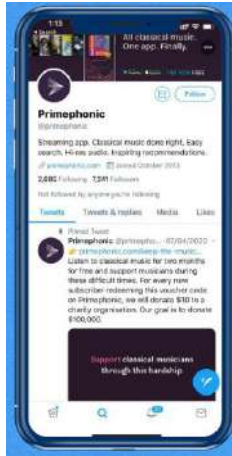
DIGITĀLIE MĀRKETINGA RĪKI

KAPĒ Mērķis:
Pārdot,
popularizēt
zīmolu

KAM Mērķauditorija

CREATIVE Saturs:
Raksts,
Video, Saite
uz citu rakstu,
Foto,
Infografika

DIGITĀLIE MĀRKETINGA RĪKI



VISU PAKĀRTO MOBĪLAJĀM IERĪCĒM BEZ SKAŅAS – AR TITRIEM

Promoted video



Media poll



Periscope



Carousel



Pre-roll



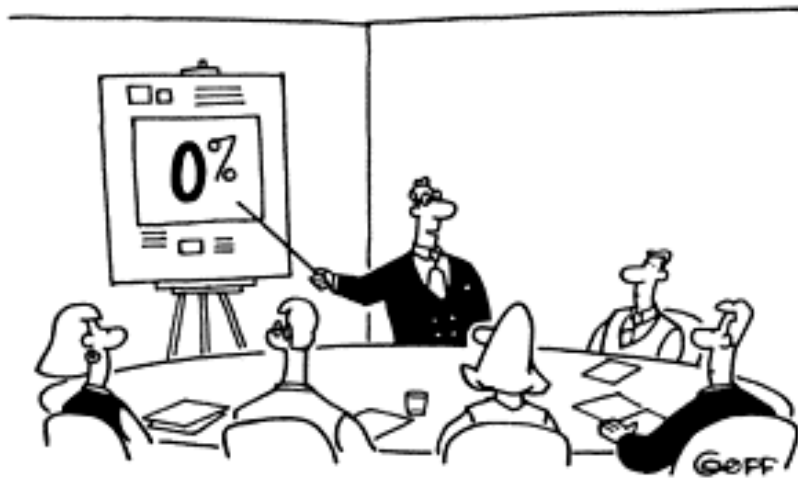
App Install



Website card



PĀRDOŠANA IR BIZNESA ASINSRITE



**MUMS NEVAJAG
GRĀMATVEDĪBU,
RAŽOŠANU, DIREKTORU
VAI MĀRKETINGU, JA NAV
PĀRDOŠANAS**

"Our study concludes that this is the percentage of our customers who will buy from us without any effort whatsoever on our part."

MARKET ENTRY

HOW TO GET A NEW
CLIENT

We have the sales skills, but we lack a **systematic sales process management**.

GENERATE / ASSIGN

LEADS (30)

QUALIFY / CONVERT

PROSPECTS
(5)

CUSTOMER

CLIENTS
(2)

Sistemātisks pārdošanas process

Goal	Year's target	Year's reached mark	Quarter's goal	Quarter's reached mark	Month's goal	Month's reached mark
Calls						
Meetings						
Proposals						
Signed contracts / new clients						
Signed contracts / existing clients						

CRM system



pipedrive™

 freshsales

ZOHOCR™ CRM

 **BASE**

insightly

HubSpot

 salesforce

 **solve**

CRM system is:

- collective memory of the company
- sales process management system
- marketing campaign platform

ATZIŅAS

- Esi kritisks par pieejamiem finanšu un cilvēku resursiem, izvēloties eksporta tirgus
- Izvēlētā tirgus pamatojums - vieglāk ieiet mazos tirgos vai lielos tirgos, bet specifiskās nišās
- Fokuss. Zini savus konkurentus un zini savu nišu un pievienoto vērtību
- Pārdevējs ietver dažādas kompetences un amatus. Saproti, kas vajadzīgs tavam uzņēmumam
- Lai virzītos efektīvi uz priekšu eksportā, uzstādi reāli izpildāmus mērķus; paredzi tiem atbilstošus resursus. Nav resursa, nav rezultāta

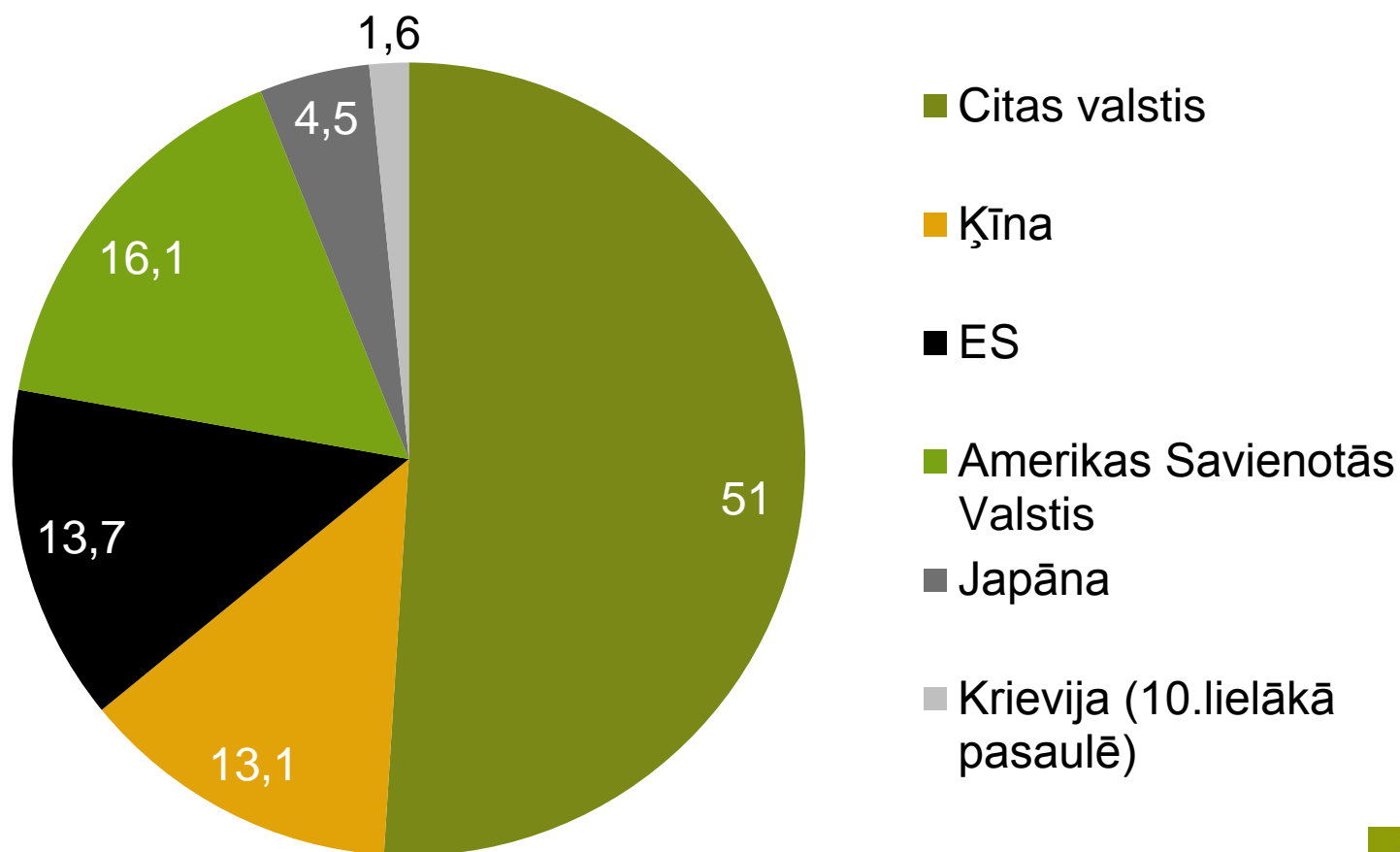
EAT
SLEEP
SELL
REPEAT

EKSPORTS UZ KRIEVIJU

GATEWAY
& PARTNERS

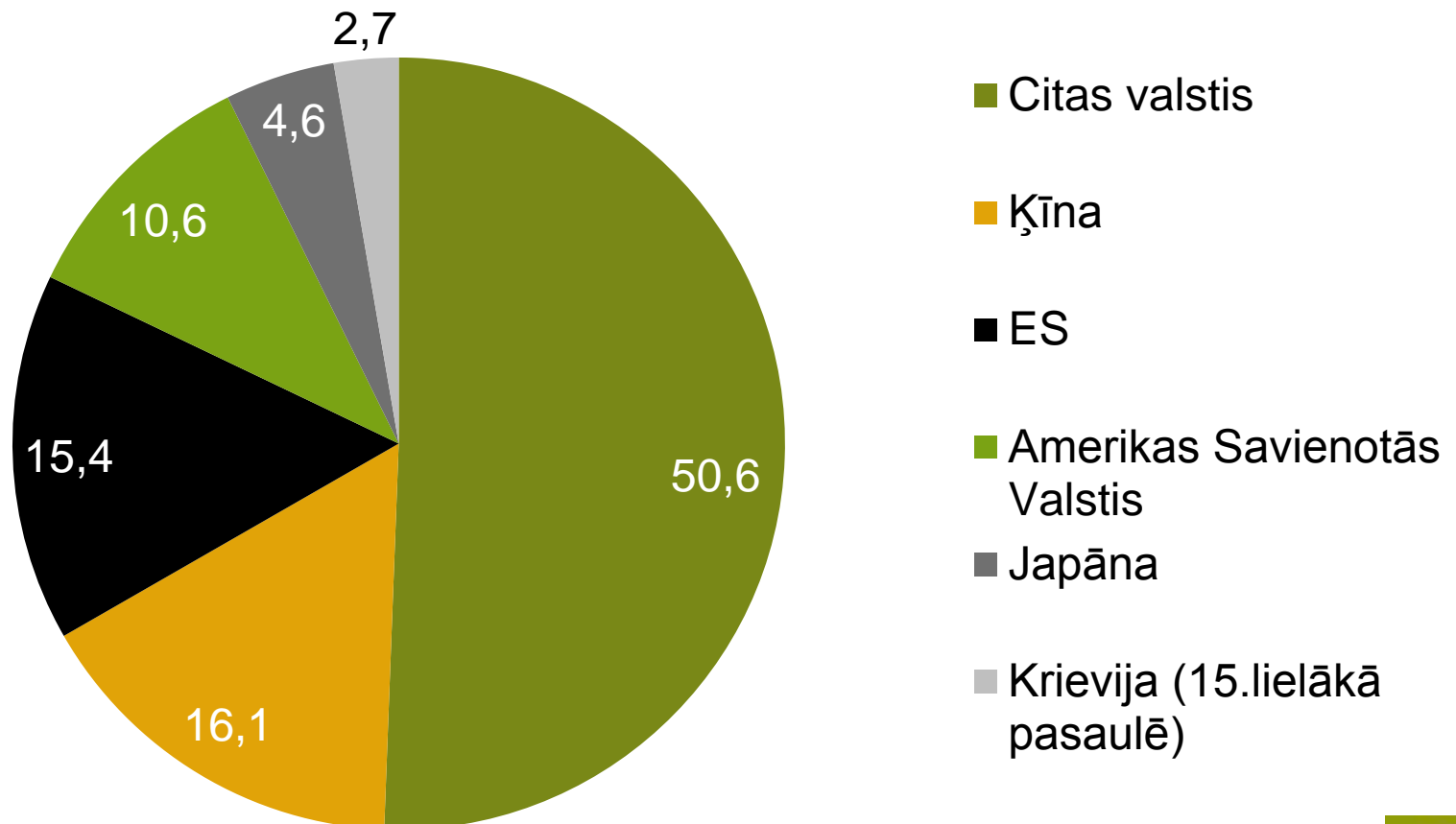
KRIEVIJA IR VIENS NO LIELĀKAJIEM PREČU TIRGOTĀJIEM PASAULĒ

Eksports, %



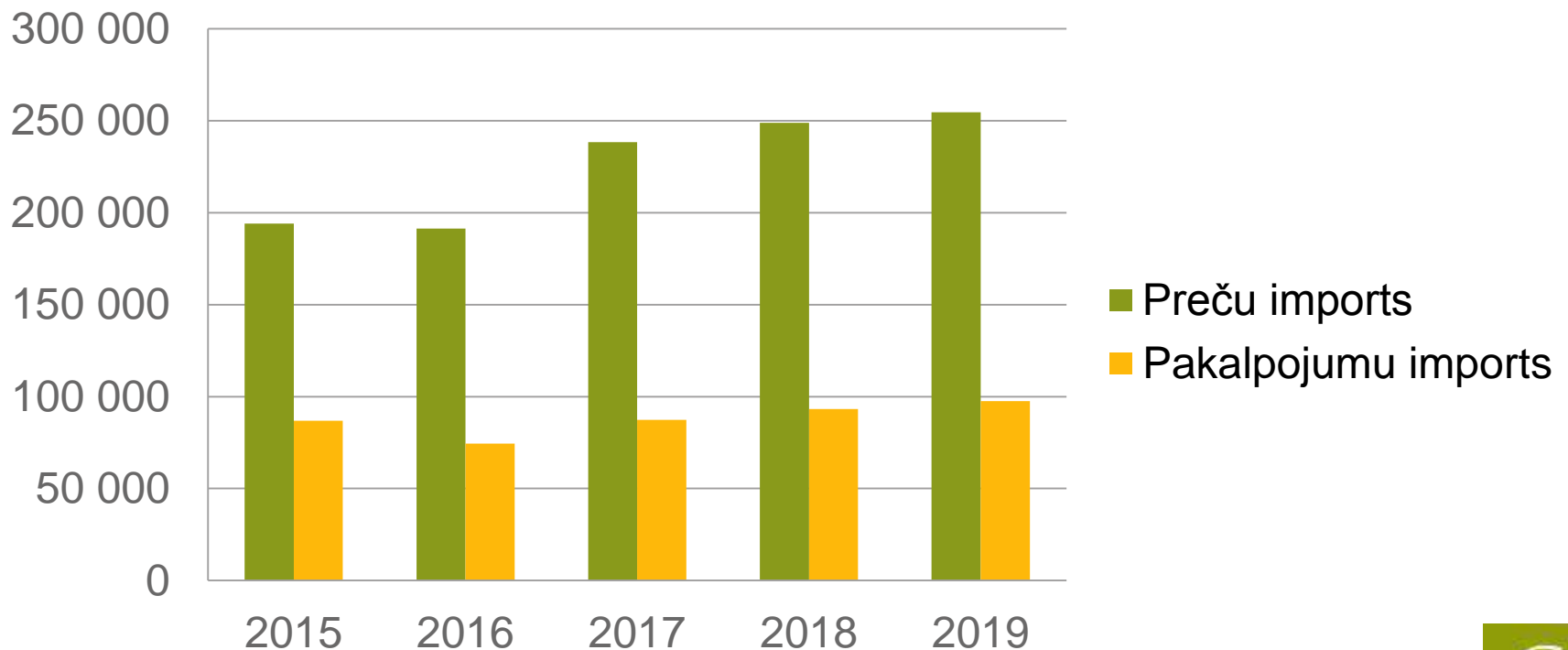
KRIEVIJA IR VIENS NO LIELĀKAJIEM PREČU TIRGOTĀJIEM PASAULĒ

Imports,%



KRIEVIJĀ PREČU UN PAKALPOJUMU IMPORTS IR AUDZIS PĒDĒJOS GADOS

**Krievijas preču un pakalpojumu imports 2015-
2019, miljoni ASV dolāru**



GALVENĀS EKSPORTA PREČU GRUPAS KRIEVIJĀ

2019. gadā no Krievijas tika eksportētas 426.7 miljardu ASV dollāru vērtas preces

Naftas eļļas produkti	44.3 %
Ogles, briketes	3.7%
Naftas gāze un citi gāzveida ogleņūdeņraži	2.2%
Kvieši un kviešu maisījumi	1.5%
Dzelzs vai nelegētā tērauda pusfabrikāti	1.4%
Zelts	1.4%
Platīns	1.2%
Neapstrādāts alumīnijs	1.1%
Zāgēts koks	1.1%

GALVENĀS IMPORTA PREČU GRUPAS KRIEVIJĀ

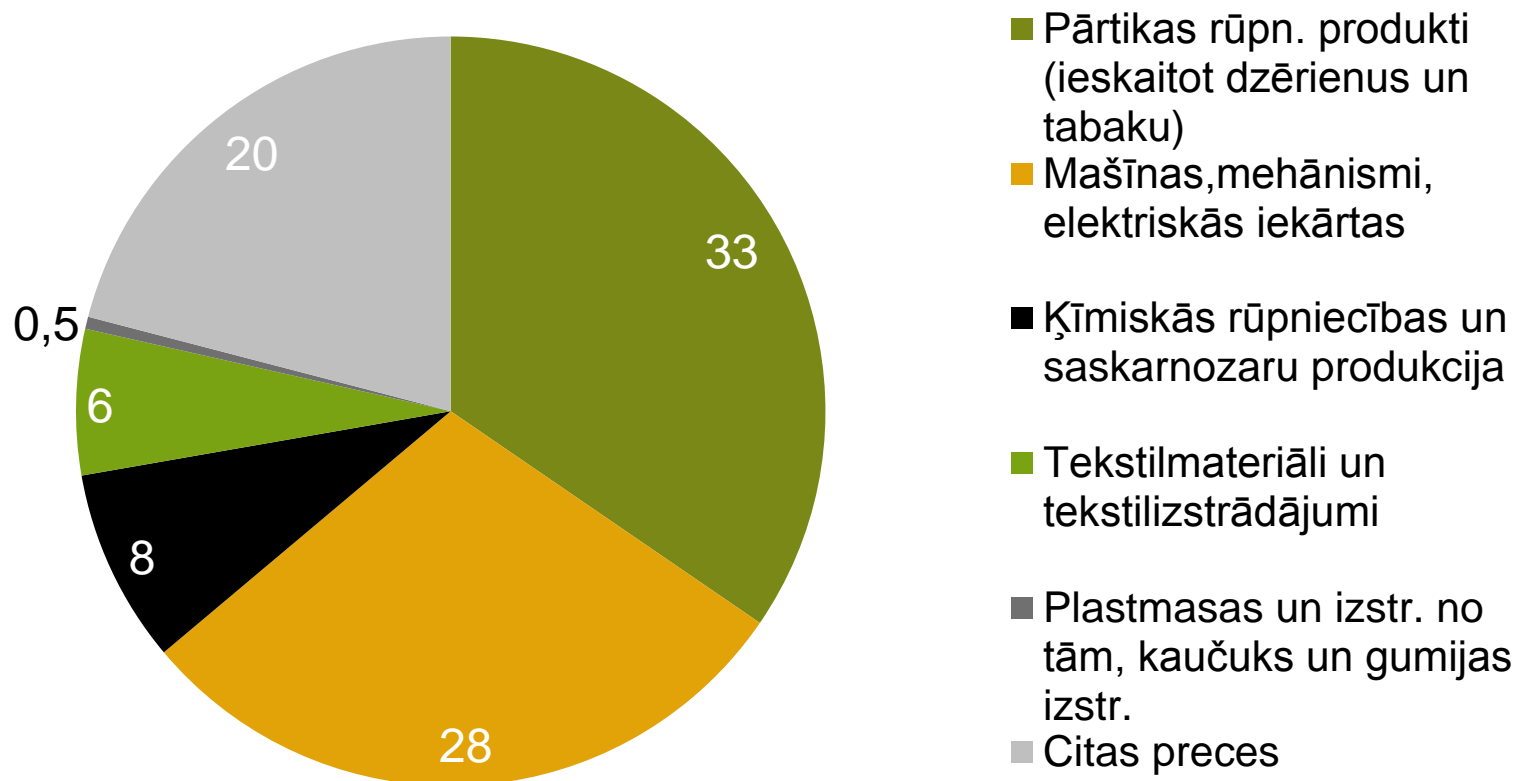
2019. gadā Krievijā tika importētas 247.2 miljardu ASV dollāru vērtas preces

Medikamenti	4.1%
Elektriskie aparāti līnijas telefonijai vai telegrāfijai	3.6%
Traktoru, mehānisko transportlīdzekļu daļas un piederumi	3.5%
Automobiļi un citi pasažieru automobiļi	3.2%
Automātiskās datu apstrādes mašīnas un detaļas	2.3%
Ar dzinēju darbināmi lidaparāti	2.1%
Cilvēku asinis un dzīvnieku asinis, kas sagatavotas terapeitiskai, profilaktiskai un diagnostiskai lietošanai	1.2%
Krāni, vārsti un tamlīdzīgas detaļas	0.9%

LATVIJAS EKSPORTS UZ KRIEVIJU

- * 2020. gadā Latvija eksportēja uz Krieviju preces 1,1 miljardu EUR vērtībā

Latvijas galvenās eksporta preču grupas uz Krieviju 2020. gadā, %



PRASĪBAS PĀRTIKAS PREČU EKSPORTAM UZ KRIEVIJAS FEDERĀCIJU

- * Uzņēmumam jābūt Pārtikas un veterinārā dienesta atzītam, ar tiesībām pārtiku izvietot Eiropas Savienības dalībvalstu tirgos
- * Jāievēro importētājvalsts prasības attiecībā uz uzņēmumu higiēnu, produktu atbilstību un to kontroli;
- * Piena pārstrādes uzņēmumiem jāievēro Krievijas Federācijas Federālā likuma „Tehniskais reglaments pienam un piena produktiem”.

PRASĪBAS PĀRTIKAS PREČU EKSPORTAM UZ KRIEVIJAS FEDERĀCIJU

* Ja, uzņēmums atbilst iepriekš minētajam, tad:

1. Pārtikas un veterinārajā dienestā jāiesniedz iesniegums par vēlēšanos eksportēt produktus uz šo valsti.
2. Pēc iesnieguma saņemšanas, Pārtikas un veterinārais dienests izvērtēs uzņēmuma atbilstību iepriekš minēto prasību ievērošanā un rakstiski rekomendēs to Krievijas Federācijas Veterinārās un fitosanitārās uzraudzības dienestam inspekcijas veikšanai.
3. Pēc tam Krievijas Federācijas dienests informēs Pārtikas un veterināro dienestu par uzņēmumu pārbaudes laikiem.

Periods no iesnieguma iesniegšanas brīža līdz atļaujas eksportēšanai saņemšanai ir pietiekami garš - gads un ilgāk.

PRE-EKSPORTA SERTIFIKĀTI

- * Lai ražotu produkciju, kas paredzēta tālākam eksportam uz Krievijas Federāciju un Muitas ūniju, atzītajiem uzņēmumiem, iepērkot dzīvnieku izcelsmes izejvielu no citām Eiropas Savienības dalībvalstīm ir nepieciešams oficiāls pre-eksporta sertifikāts.
- * Pre-eksporta sertifikātus izsniedz nosūtītājas dalībvalsts valsts kompetentā iestāde.
- * Pre-eksporta sertifikātus izejvielai izsniedz sekojošiem uzņēmumiem – saskaņā ar Krievijas Federācijas un Muitas ūnijas prasībām atzītiem dalībvalstu uzņēmumiem.

PAR EKSPORTU ATBILDĪGĀS INSTITŪCIJAS

- * Krievijas Rūpniecības un tirdzniecības ministrija (Ministry of Industry and Trade) (www.minpromtorg.gov.ru);
- * Krievijas Federācijas Federālās Muitas dienests (Federal Customs Service of the Russian Federation) (www.customs.gov.ru/)
- * Krievijas Federācijas Tehniskās regulēšanas un metroloģijas Federālā aģentūra (Federal Agency for Technical Regulation and Metrology) (www.rst.gov.ru/portal/gost)
- * Krievijas valsts akreditācijas dienests (Rosaccreditation State Service) (www.fsa.gov.ru/)

IEVEDMUITAS TARIFU NOSACĪJUMI

- * Eksportēto preču ievadmitas tarifu var pārbaudīt Eiropas Komisijas mājas lapā (<https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/en/home>)
- *) ierakstot preču nosaukumu vai HS kodu, izcelsmes valsti un galamērķa valsti.
- * Latvija un Krievija lieto Harmonizēto sistēmu muitas kodu noteikšanai. Tātad preces kods, kas piešķirts Latvijā atbildīs arī tāds pats preces kods Krievijā.

ACCESS2MARKETS

- * Ņemsim par piemēru, informāciju par medu. Ievada informāciju angļiski, jo latviski mājaslapa nestrādā:

Access2Markets

Home Goods Services Investment Markets Toolbox Contact

My Trade Assistant

My Trade Assistant

Including ROSA Rules of Origin Self-Assessment

[How to use this form](#)

[Disclaimer](#)

Product name or HS code

Country of origin

Country of destination

Honey

Latvia

Russia

Search >

No izvēlnes lejā izvēlas vispiemērotāko preču kategoriju un spiežam “select product” pa labi:

Natural honey

Live animals; animal products > Dairy produce; birds' eggs; natural honey; edible products of animal origin, not elsewhere specified or included

04 09

Show in list of goods

Select product

- * Mājaslapa parāda izvēlni pa kreisi, kur var apskatīties šīs preču grupas (mūsu gadījumā medus) ievad muitas tarifu, PVN un muitas nodevu atkarībā no preču vērtības. Ievedot medu Krievijā ir jāmaksā 15% ievad muitas tarifu, 20% PVN un muitas nodevu atkarībā no preču vērtības.

Tariffs

Tariffs under a heading

Taxes

Procedures and formalities ▾

Trade barriers

Trade flow statistics

Tariffs

latest update: 22 April 2021

MFN

Most Favoured Nation rate

15%

Tariff applicable to 234 countries and territories

Value added tax (VAT)

Value added tax is levied at a rate of 20% of the duty paid value.

ACCESS2MARKETS

- * Muitas nodeva ir atkarīga no preču vērtības un medum ir sekojoša aprēķina tabula:

Dutiable value	Customs clearance fee
Not more than 200000 RUB	775 RUB
200001 RUB and more but not more than 450000 RUB	1550 RUB
450001 RUB and more but not more than 1200000 RUB	3100 RUB
1200001 RUB and more but not more than 2700000 RUB	8530 RUB
2700001 RUB and more but not more than 4200000 RUB	12000 RUB
4200001 RUB and more but not more than 5500000 RUB	15500 RUB
5500001 RUB and more but not more than 7000000 RUB	20000 RUB
7000001 RUB and more but not more than 8000000 RUB	23000 RUB
8000001 RUB and more but not more than 9000000 RUB	25000 RUB
9000001 RUB and more but not more than 10000000 RUB	27000 RUB

KRIEVIJAS AIZLIEGUMS UZ SPECIFISKU PRODUKTU GRUPU IMPORTU

- * 2014. gadā Krievija ieviesa aizliegumu importēt sekojošas produktu grupas no ES:
 - Liellopa gaļa;
 - Cūkgaļa;
 - Mājputni;
 - Zivs un zivju produkti;
 - Piens un piena produkti;
 - Dārzeņi (izņemot specifiskas kategorijas);
 - Augļi un rieksti;
 - Sāls.

PLESKAVAS REĢIONS

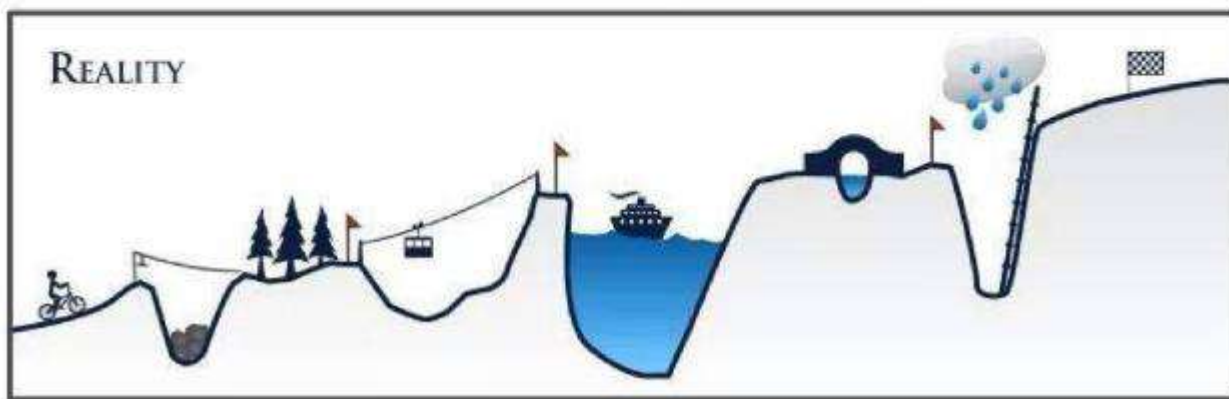
- * 2021. gadā - 620 249 iedzīvotāju, pašā Pleskavā - 209 426 iedzīvotāju;
- * Pleskavas reģiona algu mediāna ir 244 EUR mēnesī (22 000 rubļu), bet Krievijā tā ir 355 EUR (32 000 rubļu mēnesī), bet 2019. gadā algas Pleskavā ir pieaugušas par 9.3%, tādēļ pirkstspēja aug;
- * Dažādu mājražotāju tirdziņu datumus publisko Pleskavas apgabala lauksaimniecības un valsts tehniskās uzraudzības komiteja (<https://cx.pskov.ru/>), tirdziņi tiek publicēti dažus mēnešus pirms norises.
- * Ir publiskots dažādu pasākumu kalendārs Pleskavas rajonā 2021. gadā (<https://visit.pskov.ru/files/PDF%20files/Pskov-events20215.pdf>) – Pleskavas pilsētas svētki šogad notiks 23.-25. jūlijā

KRIEVIJAS BIZNESA KULTŪRA

- * Sākotnēji satiekoties, krievi var likties ļoti nopietni un stingri, jo viņu formālā uzvedība parāda to kā cieņu, īpaši satiekoties ar svešiniekiem, vecākiem cilvēkiem vai tiem ar augstāku sociālo statusu.
- * Iepazīstoties, krievi kļūst brīvāki, viņi ir bieži ļoti atklāti un tieši un viņi ciena biznesa partneros arī tiešumu un atklātumu.
- * Krievijas sabiedrība ir ļoti hierarhiska – arī biznesā, kompānijās darba pozīcijas ir dažādu līmeņu un tās ir jāievēro. Darbinieku pienākumi un atbildība ir strikti atdalīti un ir jāciena.

KRIEVIJAS BIZNESA KULTŪRA

- * Lai gan Krievijas sabiedrība ir hierarhiska un ir jāseko noteikumiem – krievi novērtē socializāciju un arī bieži iet pret noteikumiem, izmanto pazīstamo loku, lai izveidotu biznesu. Tāpat, ģimenei un tuviem draugiem ir svarīga loma krievu dzīvē. To atspoguļo fakts, ka Krievijas sabiedrība ir kolektīvistiska (saistīta ar izteiktāku aktualitāti uz sadarbošanos, ar stingrām ģimenes saitēm un stingrākām sociālajām normām, arī ar pakļaušanos autoritātei un pakļaušanos grupas vajadzībām).
- * Vērts arī pieminēt, ka parasti līgumus Krievijā slēdz tajā pašā dienā, kad tie tiek piedāvāti. Ir svarīgi uzturēt regulāru dialogu ārpus sanāksmēm un pēc tikšanās, jo pretējā gadījumā - biznesa attiecības var ātri beigties.



GATEWAY & PARTNERS
Martins Tiknuss, Managing Partner
+371 2 66 77 811
martins.tiknuss@gatewaypartners.net
Elizabetes 51 | Riga, LV-1010, Latvija
www.gatewayandpartners.net



LATVIA-RUSSIA

CROSS-BORDER COOPERATION PROGRAMME



CO-FUNDED BY THE EUROPEAN UNION, THE REPUBLIC OF LATVIA AND THE RUSSIAN FEDERATION