
Załącznik do Zapytania ofertowego usług doradczych dotyczących internacjonalizacji dla przedsiębiorców z Mazowieckiego Klastra ICT w projekcie „Internacjonalizacja firm z sektora technologii kreatywnych w Mazowieckim Klastrze ICT”

Specyfikacja Istotnych Warunków Zamówienia

Zamawiający określa poniżej minimalne wymagania dla przedmiotu zamówienia, które stanowi:

Usługi doradcze dla 12 przedsiębiorców w ramach Mazowieckiego Klastra ICT - Krajowego Klastra Kluczowego mające na celu umożliwienia przedsiębiorcom udziału w międzynarodowych wyjazdach, niezbędnych do osiągnięcia wartości docelowej następujących wskaźników rezultatu:

Strona | 1

1. Liczba kontaktów handlowych zagranicznych podpisanych przez przedsiębiorstwo wsparte w zakresie internacjonalizacji.
2. Liczba nowych kontaktów /nawiązanych współpracy B+R.

Celem zamówienia jest zaspokojenie potrzeb Klastra / Członków Klastra w zakresie internacjonalizacji tj.:

- zwiększenie interakcji pomiędzy podmiotami z różnych krajów;
- kumulacja nowej wiedzy i wymiana doświadczeń;
- realizacja wspólnych innowacyjnych projektów;
- rozpoznawalność Mazowieckiego Klastra ICT, a przez to rozpoznawalność jego członków.

Uczestnicy:

Liczba przedsiębiorców 12.

Usługa doradcza świadczona będzie indywidualnie dla każdego klienta. Wykonawca usługi doradztwa będzie miał możliwość dojazdu do klienta (przedsiębiorcy) i świadczenia usługi na miejscu wskazanym przez przedsiębiorcę. W razie konieczności wykonawca zapewni dostosowaną do potrzeb osób z niepełnosprawnościami infrastrukturę komputerową oraz usługi asystenta osoby z trudnościami w poruszaniu się lub asystenta tłumaczącego na język łątwy czy migowy. Materiały z doradztwa pozwolą na wygodne, intuicyjne korzystanie z jego zasobów osobom z różnymi rodzajami niepełnosprawności zgodnie ze standardem WCAG 2.0 co najmniej na poziomie AA. Dostępne multimedia materiały będą zawierać transkrypcje tekstowe, audiodeskrypcję czy tłumaczenia na język migowy.

Usługa doradcza dla każdego przedsiębiorstwa/produktu składa się w dwóch części:

1. **Strategii wejścia przedsiębiorcy na rynki zagraniczne – doradztwo podmiotowe**
2. **Analizy szans wprowadzenia danego produktu/usługi na konkretny rynek (Tabela 1 poniżej) – doradztwo produktowe**

Usługa **Strategii wejścia przedsiębiorcy na rynki zagraniczne – doradztwo podmiotowe** polega w szczególności na określeniu strategii wejścia przedsiębiorcy na rynki zagraniczne minimalny zakres:

- Strona | 2
- opracowanie nowego modelu biznesowego firmy w oparciu o internacjonalizację jej działań
 - analiza możliwości eksportowych firmy,
 - rekomendacje w zakresie reorganizacji przedsiębiorstwa i przygotowania go do działalności eksportowej (organizacji działu eksportu, logistyki etc.).
 - Strategia eksportowa przedsiębiorstwa
 - Strategia eksportowa w zakresie produktu
 - Strategia eksportowa w zakresie ceny

Usługa **Analizy szans wprowadzenia danego produktu/usługi na konkretny rynek zagraniczny** według Tabeli nr 1 poniżej – **doradztwo produktowe**. Minimalny zakres dla produktu na każdym rynku zagranicznym:

- doradztwo dotyczące wejścia na każdy rynek zagraniczny danego produktu
- koncepcję wejścia na każdy rynek zagraniczny wraz z projekcją możliwości sprzedaży na wybranym rynku zagranicznym,
- Strategia eksportowa przedsiębiorstwa na każdy rynek zagraniczny
- Analiza rynku docelowego
- Polityka gospodarcza kraju, na który wprowadzany jest produkt
- Potencjał rynkowy kraju, na który wprowadzany jest produkt
- Uwarunkowania prawne wejścia na rynek w tym specyficzne dotyczące produktu
- Strategia eksportowa w zakresie produktu

- Strategia eksportowa w zakresie ceny
- Dystrybucja
- Promocja
- Prognoza sprzedaży
- Główni gracze na rynku
- Przewidywane zapotrzebowanie na technologie
- Cele marketingowe
- Analiza szans wprowadzenia technologii do kraju na który wprowadzany jest produkt
- doradztwo dotyczące wejścia na każdy rynek zagraniczny danego produktu.
- Analiza szans wprowadzenia danego produktu/usługi na konkretny rynek,
- Analiza poziomu cen produktów/usług,

Strona | 3

Usługa doradcza jest dopasowana indywidualnie pod produkt/usługę przedsiębiorstwa. Usługa świadczona jest indywidualnie. W przypadku produktów które będą wprowadzane na rynki mamy do czynienia z potencjalnie wąskim gronem odbiorców produktów. Sprzedaż tego typu rozwiązań wymagać będzie niestandardowych rozwiązań marketingowych i działań lobbingsowych. Ilość godzin doradczych zależeć będzie od indywidualnych potrzeb przedsiębiorstwa jednak nie więcej niż 400 godzin na każdy produkt.

Tabela 1

Numer produktu	Rynek 1 na który wprowadzany będzie produkt	Rynek 2 na który wprowadzany będzie produkt	Rynek 3 na który wprowadzany będzie produkt	Rynek 4 na który wprowadzany będzie produkt
1 produkt	Niemcy	USA	Chiny	
2 produkt	Niemcy	USA	Chiny	
3 produkt	Niemcy	USA	Chiny	
4 produkt	Niemcy	USA	Chiny	
5 produkt	Niemcy	USA	Chiny	

6 produkt	Niemcy	USA	Chiny	
7 produkt	Niemcy	USA		Japonia
8 produkt	Niemcy	USA		Japonia
9 produkt	Niemcy	USA		Japonia
10 produkt	Niemcy	USA		Japonia
11 produkt	Niemcy	USA		Japonia
12 produkt	Niemcy	USA		Japonia

Każdy produkt wprowadzany jest na 3 rynki. Do każdego produktu musi być wykonana analiza wejścia na każdy wybrany rynek (tabela u góry). Każde doradztwo musi zakończyć się raportem (wersja papierowa oraz elektroniczna). Raport zawierać powinien minimalny zakres doradztwa oraz powinien być dopasowany do potrzeb przedsiębiorców. Wielkość minimalne każdego raportu to 50 stron.

Przykład wykonania doradztwa dla przedsiębiorstwa 1:

- raport ze Strategii Wejścia na rynki zagraniczne – doradztwo podmiotowe
- raport z Analizy szans wprowadzenia danego produktu/usługi na rynek USA – doradztwo produktowe
- raport z Analizy szans wprowadzenia danego produktu/usługi na rynek Niemcy - doradztwo produktowe
- raport z Analizy szans wprowadzenia danego produktu/usługi na rynek Chiny - doradztwo produktowe