

**Требования к ЭСП, оказывающим услуги по маркетингу,
и необходимые документы**

Критерий	Подтверждающий документ / иное подтверждение
Общие критерии	
Регистрация в качестве юридического лица или индивидуального предпринимателя	Свидетельство о регистрации
Осуществлять деятельность и иметь подтвержденный опыт работы по заявляемому направлению деятельности (маркетинговые исследования) не менее одного года на момент подачи заявления в РЭЦ	Письмо-подтверждение заявителя
1. В отношении партнерской организации не должна быть возбуждена любая из процедур банкротства. 2. Партнерская организация не должна находиться в стадии ликвидации. 3. В отношении партнерской организации не должно быть открыто исполнительное производство. 3. Деятельность партнерской организации не должна быть приостановлена в порядке статьи 3.12 КоАП РФ	Письмо-подтверждение заявителя
Требования к квалификации партнера	
I. Выполнение одного из нижеперечисленных условий:	
1. Наличие подтвержденного опыта выполнения маркетинговых исследований по зарубежным рынкам по содержанию релевантных минимальным требованиям отчета (не менее 3 успешно закрытых проектов)	Скан-копии договоров
2. Выполнение тестового задания по подготовке маркетингового отчета (по минимальным стандартам РЭЦ)	Маркетинговый отчет в соответствии с минимальными требованиями к качеству и содержанию маркетингового отчета
3. Наличие офисов не менее чем в 5 странах мира (только для нерезидентов)	Информация размещена на сайте партнера
4. Наличие в штате или на аутсорсе сотрудников с подтвержденным опытом маркетингового анализа зарубежных рынков (не менее 2 сотрудников)	1. Краткое резюме сотрудника. 2. Копия трудовой книжки или договора ГПХ

**Минимальные требования к качеству и содержанию
маркетингового отчета по зарубежному рынку**

I. Методология применяемых расчетов:

1. Раскрытие методологии расчетов.
2. Использование данных за последний доступный год, но не ранее 2017 года.
3. Наличие рабочих ссылок на первоисточник данных.

II. Целевые страны и товары:

Идентификация выбранного заказчиком отчета товара, продукта или бренда с определением целевых географических рынков и привязкой к коду международной гармонизированной системой (6 знаков).

III. Целевая страна

3.1. Резюме по стране

Эта часть содержит краткое резюме всего отчета по стране в виде списка

3.2. Оценка рынка

3.2.1. Товар:

3.2.1.1. объем рынка, выражен в натуральных и/или денежных показателях (желательно в USD или EUR);

3.2.1.2. прогнозы потребления в краткосрочном периоде с подтверждением исчислимыми значениями;

3.2.1.3. сведения об импорте товара в данную страну в натуральном и денежном выражениях.

3.2.2. Потребитель:

3.2.2.1. качественная оценка потребителей с указанием их численности;

3.2.2.2. оценка их покупательской способности и потребительского поведения / предпочтений / тенденций;

3.2.2.3. товарные субституты;

3.2.2.4. тенденции в потреблении и прогнозы.

3.2.3. Конкурентная среда:

3.2.3.1. оценка состояния рынка: спрос и предложение, тенденции и причины изменений;

3.2.3.2. ключевые конкуренты (производители или дистрибьюторы товара) с указанием преимуществ их рыночного предложения.

3.2.4. Цена:

3.2.4.1. ориентировочные цены на товар (субститут) или формула ценообразования на товар в стране (5–10 примеров цен, формул или ссылок на каталоги).

3.3. Продвижение:

3.3.1. описание действующей модели цепочки поставок до конечного потребителя с указанием ключевых участников;

3.3.2. физические и виртуальные каналы продаж;

3.3.3. отраслевые ассоциации и некоммерческие объединения производителей;

3.3.4. отраслевые мероприятия и события (в стране и в регионе);

3.3.5. перечень потенциальных покупателей (импортеров) товара в целевой стране (не менее 10–15 компаний с описанием и реквизитами (сайт, адрес, контакты).

3.4. Условия экспорта:

3.4.1. тарифные и нетарифные ограничения на импорт продукции из России с указанием ставок по импортным сборам, квот, налогов, требуемых сертификатов, лицензий и т.д.;

3.4.2. прочие факторы ведения деятельности на рынке целевой страны.