

KAIP LIETUVIŠKAS PREKĖS ŽENKLAS GALI TAPTI PASAULINIU?

RUGSĖJO 28 D. | 14:00-18:00
ŽALGIRIO ARENOS AMFITEATRAS
PARODOJE „RINKIS PREKĘ LIETUVIŠKĄ“

Kviečiame įmonių vadovus, eksporto, pardavimų, marketingo vadovus ir specialistus į forumą, kuriame kalbėsime, kaip mažos šalies įmonėms įeiti į užsienio rinką su savo prekės ženklu, didinti pardavimus ir plėsti eksporto geografiją.

Dalyvavimas nemokamas, tačiau registracija būtina. [Registruotis čia](#)

PROGRAMA



MODERATORIUS – MANTAS VILYS,

Lietuvos inovacijų centro direktorius:

„Norint užkariauti užsienio rinkas, pirmiausiai reikia atsiverti naujoms kultūroms, jų specifiniams poreikiams ir neįprastiems vartotojų įpročiams. Einant tarptautiškumo link, svarbu suprasti, kad tai ne jie nori jūsų, o jūs norite jų.“

13:00 - 14:00 REGISTRACIJA

14:00 - 14:10 ĮŽANGA



BENJAMINAS ŽEMAITIS,

Kauno prekybos, pramonės ir amatų rūmų prezidentas,
UAB „Novameta“ valdybos pirmininkas



DONATAS STOČKŪNAS,

Kauno prekybos, pramonės ir amatų rūmų Eksportuotojų klubo vadovas, UAB „Akto“ komercijos vadovas

14:10 - 14:30 KONKURENCINGUMO VARŽYBOS: KAIP NELIKTI ANT ATSARGINIŲ ŽAIDĖJŲ SUOLELIO?

- „Vidutiniųjų pajamų spąstų“ barjeras priešakyje. Ar Lietuva pasirengusi jį įveikti?
- Eksporto lokomotyvo techninės apžiūros rezultatai;
- Konkurencingumo receptas Lietuvai.



INDRĖ GENYTĖ-PIKČIENĖ, Luminor banko vyriausioji analitikė:

„Lietuvai pigios darbo jėgos šalies „marškinėliai“ darosi per ankšti, metas pasirūpinti naujais – rasti naują raidos modelį, kuris padėtų išlikti sėkmingu tarptautinės arenos žaidėju. Privalome tapti traukos centru kokybiškam žmogiškajam kapitalui, verslui ir investicijoms. Tai ypač svarbi plano, kaip peršokti vidutinių pajamų barjerą ir tęsti ekonomikos spurtą, dalis.“

14:30 - 14:50

KODĖL TURTINGI DUBAJAUS GYVENTOJAI VARTOJA ACONITUM VAISTUS?

19 metų kelionė iki tarptautiniu mastu žinomos įmonės titulo: kokie iššūkiai buvo įveikti, kokie dar laukia, kaip pelnyti kitataučių palankumą ir pasitikėjimą įmonės produkcija? Receptas, kaip įkvėpti komandą ir siekti nusistatytų tikslų, net jei jie daugeliui atrodo neįveikiami. Per paskutinius 5 metus „Aconitum“ padidino eksporto pajamų dalį 60 procentų. Produkcija atpažįstama ne tik Dubajuje, bet ir Nigerijoje, Libane, Maroke, Mauricijuje, Vietname, Baltarusijoje, Šveicarijoje ir kt. šalyse. 2019 metais produkcija bus prekiaujama Amerikoje, Kanadoje ir netgi Australijoje.



RIMA BALANAŠKIENĖ, UAB „Aconitum“ generalinė direktorė:

„Niekada nepuolu iškart, stačia galva, bet sprendimus priimu greitai. Greitis, aukšta produkcijos kokybė ir darbuotojų kompetencija: trys veiksniai, lėmę eksporto sėkmę 61 pasaulio šalyje.“

14:50 - 15:10

EKSPORTUI REIKIA TIK DAUGIAU DRĄSOS – LIETUVAI PASAULIS ATVIRAS

Prekės ženklui svarbu turėti unikalią istoriją, būti gyvybiškas. Kampanija „StepForward. We'll give you the tools!“ parodo, kad technologija nėra viskas, pagrindinė ašis yra kuriantis ir naudojantis inovacijas žmogus. Mūsų siekis – tapti 4 tipo bendrove, kuri savo veiklą grindžia kūrybinio individo darbu bendruomenėje.



ERIKA MASLAUSKAITĖ, „TeleSofto“ rinkodaros skyriaus vadovė:

„Lietuvoje yra itin daug talentų, čia netrūksta galimybių plėtoti savo idėjas, turime pakankamai išteklių pritraukti ir užsienio investuotojų. Tikime savo komanda ir tuo, kad galime būti geriausiaisiais darbdaviais ir esame geriausi programuotojai. Raginame ir kitus liautis stengtis būti kažkuo kitu ir koncentruotis į geriausių savo paties versiją.“

15:10 - 15:30

GRAŽINOME „SKOLA“ PRANCŪZAMS – EKSPORTO KELIAS Į 35 PASAULIO VALSTYBES

Griauti duonininkystės stereotipus Lietuvoje „Mantinga“ pradėjo prieš 20 metų, o dabar siekia tapti kūrybiškiausiu duonininku tiek Lietuvoje, tiek užsienyje. Kokybė, lankstumas, inovatyvumas, platus asortimentas ir stiprus R&D – veiksmi, padėję vienai didžiausių Rytų Europos duonos, užkandžių ir šaldytų gaminių kompanijai „Mantinga“ didinti eksporto plėtrą. 65 proc. produkcijos eksportuojama į 35 pasaulio valstybes.



LAIMUTIS KUNIGĖNAS, UAB „Mantinga“ eksporto skyriaus vadovas:

„Tik inovatyvūs kokybiški gaminiai, atitinkantys vartotojų lūkesčius, tiesioginis dialogas su partneriais ir beprotiškas tikėjimas savo verslo sėkme padeda eksporto plėtrai.“

15:30 - 16:00

KAVOS PERTRAUKA

16:00 - 16:20

DEEPER: KAIP LIETUVIŲ INOVACIJA SĖKMINGAI LYDERIAUJA UŽSIENIO RINKOSE?

„Deeper“ sukūrė pirmąjį pasaulyje išmanų sonarą žvejybai, kuris sukėlė tikrą revoliuciją pasaulinėje žvejybos rinkoje. Šiandien „Deeper“ savo produkciją parduoda daugiau kaip 50 šalių visame pasaulyje. Kas lemia sėkmę žengiant į užsienio rinkas?



AIVARAS BAKANAS, UAB „Deeper“ pardavimų direktorius:

„Žengiant į užsienio rinkas, svarbiausia suprasti kiekvienos rinkos specifiškumą ir kultūrinius skirtumus. Nėra vieno universalus veiksmų plano, generuojančio pardavimus visose šalyse“.

16:20 - 16:40

KAIP PELNYTI (PASI)TIKĖJIMĄ LIETUVIŠKU PREKĖS ŽENKLU?

Šeši iš dešimties pasaulio gyventojų augina šunį ar katę, o šių augintinių gerove jau beveik 30 metų rūpinasi įmonių grupė „KIKA group“. Kaip sukurti produktus, kurie atvertų duris į Europos, Azijos bei Afrikos šalis ir kaip sparčiai augant neprarasti išskirtinio dėmesio kiekvienam klientui? Lietuviškus „Nature’s Protection“ aukščiausios kokybės sausus pašarus šunims ir katėms pamilo milijonai augintinių iš daugiau nei 50 pasaulio šalių.



AGNĖ DOVYDĖNĖ, UAB „KIKA group“ rinkodaros skyriaus vadovė:

„Su „Nature’s Protection“ prekiniu ženklu pelnėme klientų (pasi)tikėjimą daugiau nei 50-yje pasaulio šalių. Ir tai tik pradžia.“

16:40 - 17:00

BEYOND OUR BORDERS: KAIP ĮDARBINTI 3000 EKSPERTŲ 65 ŠALYSE?

60+ šalių, 3000+ ekspertų, beveik 3 mln. MVĮ visame pasaulyje – tai didžiausias verslo paramos tinklas tarptautinės plėtros ambicijų turinčioms įmonėms. Kaip patekti tarp 30 tūkst. įmonių Lietuvoje, kurios jau naudojami tinklo paslaugomis, ir žengti į naujas rinkas?



AGNĖ JARAITĖ, Kauno prekybos, pramonės ir amatų rūmų Tarptautinių ryšių ir protokolo skyriaus vadovė:

„Kam dirbti pačiam, jeigu gali įdARBINTI kitą? Tinklaveika atveria kelius net į tolimiausias užsienio rinkas.“



DONATAS STOČKŪNAS, Kauno prekybos, pramonės ir amatų rūmų Eksportuotojų klubo vadovas, UAB „Akto“ komercijos vadovas:

„Komanda Lietuvoje ir geri partneriai užsienyje – du kertiniai dalykai, kurie užtikrina eksporto pajamų augimą. AKTO dalį LED šviesos gaminių į Šveicariją, Vokietiją, Skandinavijos ir kitas šalis eksportuoja su savo prekės ženklu.“

17:00 - 17:20

AUGA GROUP: NETRADICINIS POŽIŪRIS TRADICINIAME VERSLE

Nuo tradicinio (chemizuoto) žemės ūkio produkcijos augintojo ir žaliavų tiekėjo iki ekologiškų, inovatyvių, AUGA prekės ženklų pažymėtų produktų gamintojo, orientuoto į eksporto rinkas ir tvarų verslo modelį. AB „AUGA group“, viena didžiausių Europoje ekologiško maisto bendrovių, veikianti principu „nuo lauko iki lentynos“, 80 proc. AUGA produktų parduoda daugiau kaip 20-yje užsienio rinkų.



GEDIMINAS JUDZENTAS, AB „AUGA group“ rinkodaros vadovas:

„Galvokite apie didžiąsias eksporto rinkas nuo pat pradžių.“

17:20 - 17:40

DAKARO KELIU Į „PREZIDENTINIUS“ GUOLIUS

„CRAFT bearings“, industrinių ir automobilių guolių gamintojas, po įmonės ir produkto *rebranding'o* per penkerius metus pradėjo dirbti su daugiau nei 70 naujų šalių. Bendrovė kasmet kryptingai auga ir plečia asortimentą. Artimiausi planai – atverti Šiaurės Amerikos rinką.



MARTYNAS MARTIKONIS, UAB „CRAFT bearings“ rinkodaros vadovas:

„Verta investuoti į pakuotę ir prekės ženklą, o tada drąsiai važiuoti pas potencialius klientus į norimą užimti šalį, nes telefonu ar el. paštu neužkariausi naujų rinkų.“

17:40 - 18:00

APIBENDRINIMAS

IŠKILUS KLAUSIMAMS:

IRMA TAPARAUSKIENĖ

Kauno PPA rūmai

✉ irma.taparauskiene@chamber.lt

☎ 837 229212

DAIVA VYŠNIAUSKIENĖ

Kauno PPA rūmai

✉ daiva.vysniauskiene@chamber.lt

☎ 8687 36240

ORGANIZATORIAI



KAUNO PREKYBOS,
PRAMONĖS IR
AMATŲ RŪMAI

www.chamber.lt



www.paramaverslui.eu

PARTNERIS



www.expo.lt

