Analiza iBanFirst: 5 provocari ale companiilor din Europa Centrala și de Est care se extind la nivel global

Europa Centrala și de Est (CEE) devine o zona tot mai relevanta pentru expansiunea internaționala a afacerilor, având în vedere perspectivele economice favorabile. FMI prognozeaza o creștere a PIB-ului1 de 2,8% pentru România și de 3,1% pentru Europa emergenta, depașind ritmul de creștere de 1,7% anticipat pentru economiile avansate. Companiile originare din CEE, care s-au extins la nivel global, au acum oportunitatea de a deveni mentori pentru tinerii antreprenori.

Cea de-a treia ediție a *CEE Business Summit*, care a avut loc în aceasta primavara, a oferit o platforma pentru schimbul de idei și strategii legate de expansiunea globala, subliniind modul în care companiile pot valorifica punctele forte regionale și transforma provocarile în oportunitați de creștere. iBanFirst, unul dintre cei mai importanți furnizori globali de servicii de schimb valutar și plați internaționale pentru companii, a prezentat 5 provocari principale cu care se confrunta businessurile din regiune în procesul lor de expansiune internaționala, oferind totodata strategii eficiente pentru a le depași.

1. Imaginea negativa a brandurilor regionale: În multe cazuri, brandurile din regiune sunt asociate cu o calitate scazuta și riscuri crescute, percepție generata de prețurile accesibile. Prin adoptarea unei strategii de promovare a produselor de înalta calitate, companiile pot combate aceste stereotipuri, își pot îmbunatați reputația la nivel global și consolida oportunitățile de extindere internaționala.

2. Accesul la capital și finanțare: Lichiditatea joaca un rol esențial în supraviețuirea și dezvoltarea afacerilor, întrucât capitalul este adesea expus riscurilor semnificative. Obținerea finanțarii reprezinta o provocare constanta pentru multe companii. Deși exista variante oferite de angel investors, fonduri de capital de risc și fonduri de capital privat, pentru a accesa aceste finanțari, companiile trebuie sa dezvolte propuneri de afaceri bine fundamentate și sa demonstreze capacitatea de a gestiona contextul financiar internațional.

3. Recrutarea și retenția talentelor: Pe masura ce companiile își extind operațiunile pe noi piețe, devine esențial sa gaseasca și sa rețina talentele adecvate care sa susțina aceasta creștere. Procesul implica nu doar recrutarea experților locali, care înțeleg specificul pieței, ci și coordonarea eficienta a unei forțe de munca diverse din țari diferite. În acest context, este nevoie de o strategie de management flexibila care permite adaptarea rapida la dinamica piețelor locale și la nevoile specifice ale fiecarei regiuni.

4. Atragerea clienților: Acest proces necesita o înțelegere profunda a comportamentului și preferințelor consumatorilor locali, precum și adaptarea strategiilor de marketing și a ofertelor de produse pentru a satisface

nevoile specifice ale fiecarei piețe. În acest fel, produsele și serviciile devin relevante din punct de vedere cultural și accesibile din punct de vedere lingvistic pentru consumatori.

5. Managementul financiar și al riscului valutar: Gestionarea optima a resurselor financiare este esențiala pentru companii, având în vedere impactul semnificativ pe care fluctuațiile cursurilor de schimb îl pot avea asupra profitabilității și fluxului de numerar. Adoptarea soluțiilor fintech a simplificat anumite procese, contribuind la o mai buna adaptabilitate la volatilitatea de pe piețele valutare. Cu toate acestea, complexitatea pieței financiare internaționale continua sa reprezinte o provocare majora.

Johan Gabriels, *Director Regional al iBanFirst*, evidențiaza câteva elemente de baza pentru succesul unei companii în contextul actual dinamic și imprevizibil al comerțului global și al progresului tehnologic. Acestea includ reziliența și adaptabilitatea la schimbarile constante, valorificarea creativității umane și agilitatea în luarea deciziilor și planificarea strategica. Prin dezvoltarea unor relații solide cu clienții și angajamentul de a oferi soluții inovatoare, întreprinderile pot aborda cu succes procesul de expansiune pe noi piețe, în ciuda tuturor provocarilor.

Companii românești pioniere în inovație și expansiune internaționala În peisajul de afaceri din România, companii precum Scandia Food și Frisbo se diferențiaza prin strategiile inovatoare și dinamice care le-au asigurat succesul pe piața internaționala.

Scandia Food, liderul pieței românești de conserve, și-a propus sa își exporte produsele prin diferite canale și parteneriate cu jucatori din Europa. **Andrei Ursulescu**, *CEO al Scandia Food* afirma „Extinderea prin fuziuni și achiziții poate parea o scurtatura, dar este mult mai riscanta. A te aventura într-o țara noua înseamna sa te confrunți cu o legislație necunoscuta, o cultura diferita, noi obiceiuri de consum și o limba straina. Totul este nou și trebuie sa înveți foarte repede și sa fii foarte sigur de ceea ce vrei sa realizezi. Integrarea este un proces mult mai important decât achiziția în sine.”

Frisbo este o platforma româneasca de e-fulfillment care se ocupa de stocarea, ambalarea și livrarea comenzilor online. **Bogdan Colceriu**, *Fondator & CEO al Frisbo*, considera ca extinderea într-o țara noua vine cu un risc destul de mare, întrucât necesita investiții considerabile de timp și resurse financiare pentru a asigura integrarea reușita a afacerii în noua piața.

„De-a lungul anilor, am încercat diverse strategii pentru a intra pe noi piețe. Cea mai eficienta a fost asocierea cu o autoritate recunoscuta în domeniu. Ne-am folosit baza de clienți existenți ca ancora pentru extinderea ulterioara. În momentul în care câștigi un client într-o noua țara, obții nu doar un studiu de caz, ci și experiența valoroasa și relevanța locala", spune acesta.

Europa de Vest vs Europa de Est: Perspective asupra succesului în afaceri

Pierre-Antoine Dusoulier, *Fondator & CEO al iBanFirst* subliniaza necesitatea de a depași barierele geografice: „Ca antreprenor, nu mi-au placut niciodata granițele, în special cele mentale. Este dificil pentru o companie sa se dezvolte în propria țara, mai ales când aceasta este mica, cum este cazul multor țari din regiunea Europei Centrale și de Est. Acesta este și motivul pentru care am fondat iBanFirst, deoarece serviciile de schimb valutar funcționeaza ca un pașaport pentru afacerile internaționale”. Radu Georgescu, presedintele Consiliului de Administratie al SeedBlink, a trebuit sa combata stereotipul potrivit caruia produsele din Europa de Est sunt inferioare din cauza costurilor reduse. El a declarat: „Trebuie sa depașim aceasta concepție eronata ca, daca produsele din Europa de Est sunt mai accesibile, atunci sunt și de calitate inferioara”. Strategia sa pentru a atinge succesul în afaceri pe piețele europene consta în furnizarea de produse și servicii de înalta calitate.

Ambii lideri au subliniat importanța unei strategii de piața și a unei viziuni inovatoare ca piloni esențiali pentru o expansiune de succes, elemente care stau la baza creșterii cotei de piața la nivel local, regional și global, indiferent

de zona de origine a afacerii.