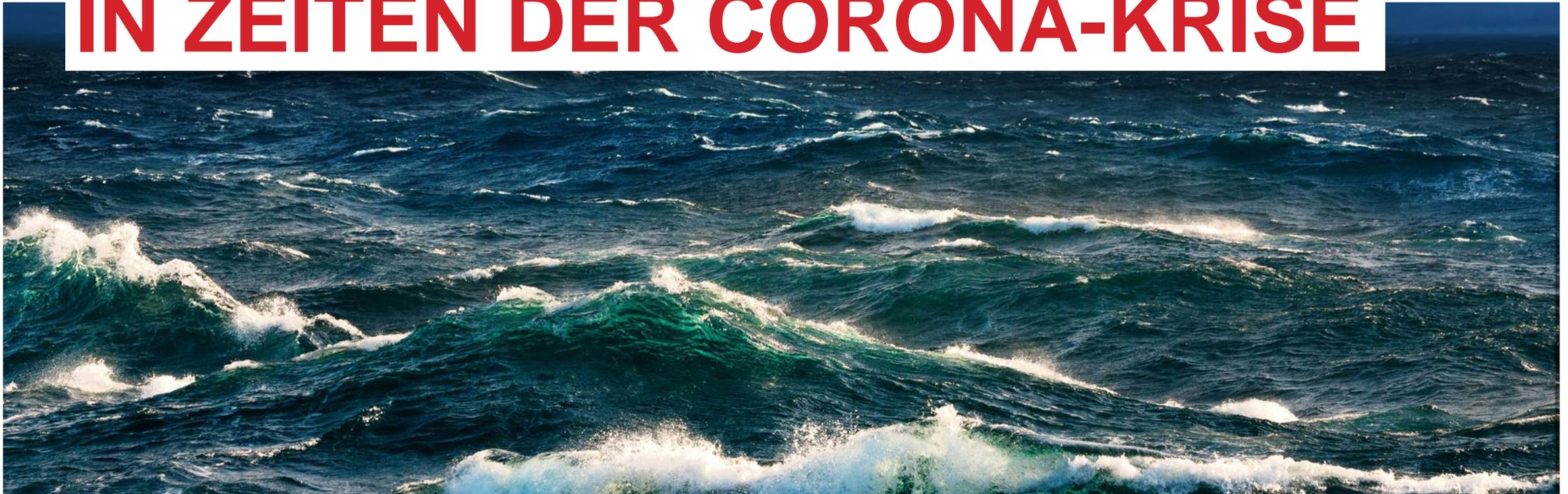


enabling new business

 SWITZERLAND
GLOBAL
ENTERPRISE

Alberto Silini / Head of Consulting

EXPORTPERSPEKTIVEN IN ZEITEN DER CORONA-KRISE



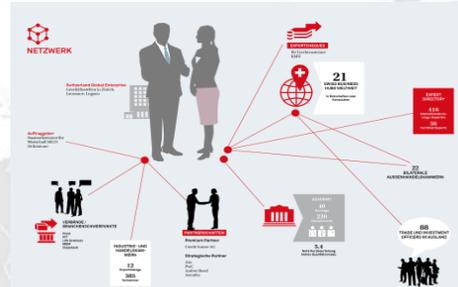


Privatwirtschaftlicher Verein

Gegründet im Jahr 1927 als «Schweizerische Zentrale für Handelsförderung»

Non-Profit-Organisation mit über 2'290 Mitgliedern

HQ Zürich, Büros in Lausanne und Lugano



Internationales Netzwerk

22 Swiss Business Hubs und 5 Trade Points mit ca. 300 Experten

Handelskammern/ Botschaften

120 Mitarbeitende in der Schweiz / 70 im Ausland



Facts & Figures

Ca. 2'000 Beratungsgespräche

ca. 800 Projekte / Jahr

Ca. 250 Aussteller an Swiss Pavilions

Ca. 5'000 KMU-Unterstützungen pro Jahr



Offizieller Exportförderer

Mandatiert durch SECO für Export und Invest Promotion

Präsenz in Botschaften und Konsulaten

GLOBAL NETWORK

Swiss Business Hubs

- 1 UK & Ireland / London
- 2 Spain / Madrid
- 3 France / Paris
- 4 Germany / Stuttgart
- 5 Italy / Milan
- 6 Austria / Vienna
- 7 Central Europe / Warsaw
- 8 Russia / Moscow
- 9 Turkey / Istanbul
- 10 Southern- and Eastern Africa / Pretoria
- 11 Middle East / Dubai
- 12 India / Mumbai
- 13 Hong Kong
- 14 China / Beijing
- 15 South Korea / Seoul
- 16 Japan / Tokyo
- 17 ASEAN / Singapore
- 18 Indonesia / Jakarta
- 19 Canada / Montreal
- 20 USA / New York City
- 21 Mexico / Mexico City
- 22 Brazil / São Paulo

Additional Offices

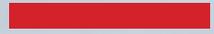
- Riyadh
- Doha
- New Delhi
- Shanghai
- Guangzhou
- Osaka
- Hanoi
- Ho Chi Minh City
- Kuala Lumpur
- San Francisco
- Atlanta
- Boston

Trade Points

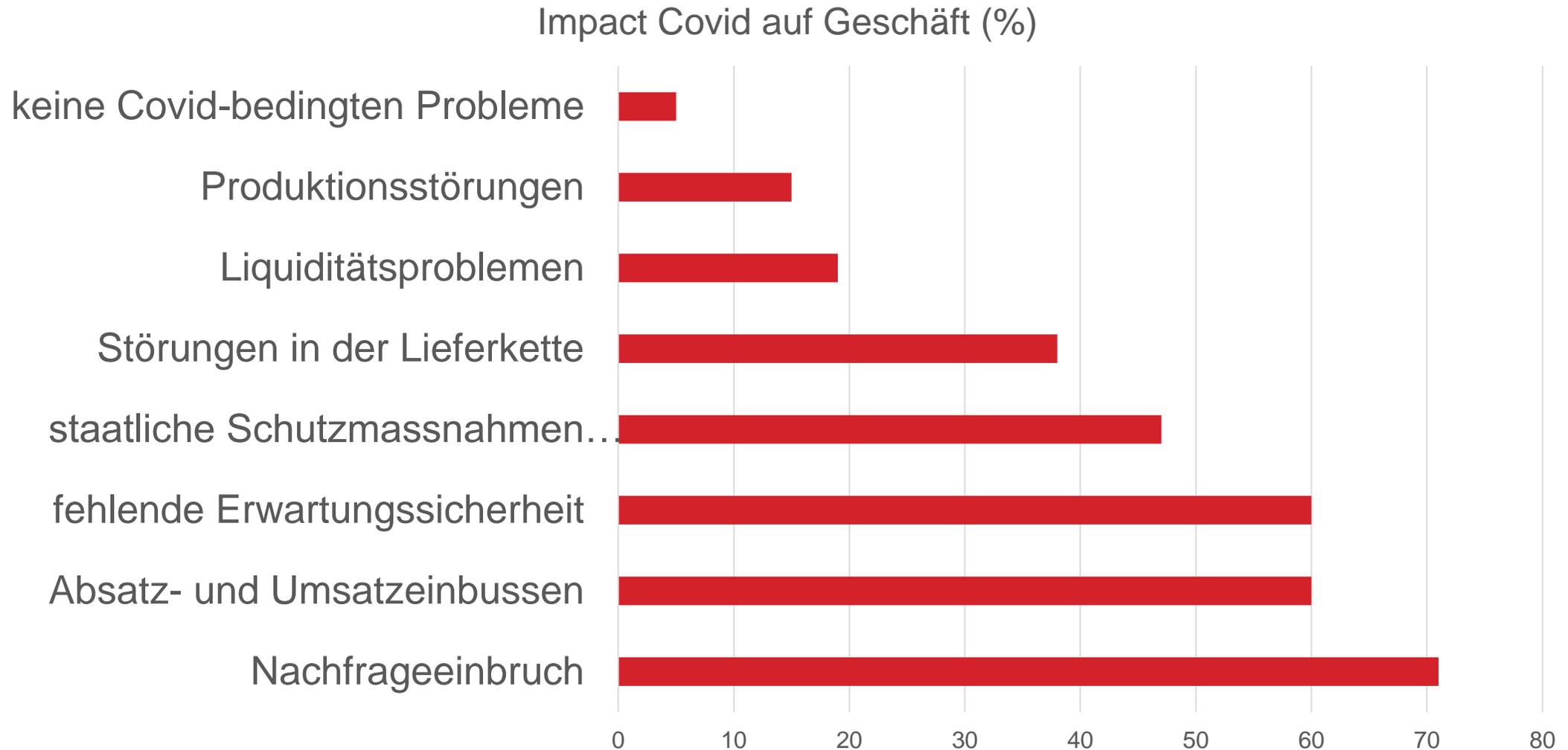
- 1 Nordics / Stockholm
- 2 Nigeria / Lagos
- 3 Kazakhstan / Astana
- 4 Australia / Sydney
- 5 Chile / Santiago



Neue Normalität: Volatilität und Unsicherheit

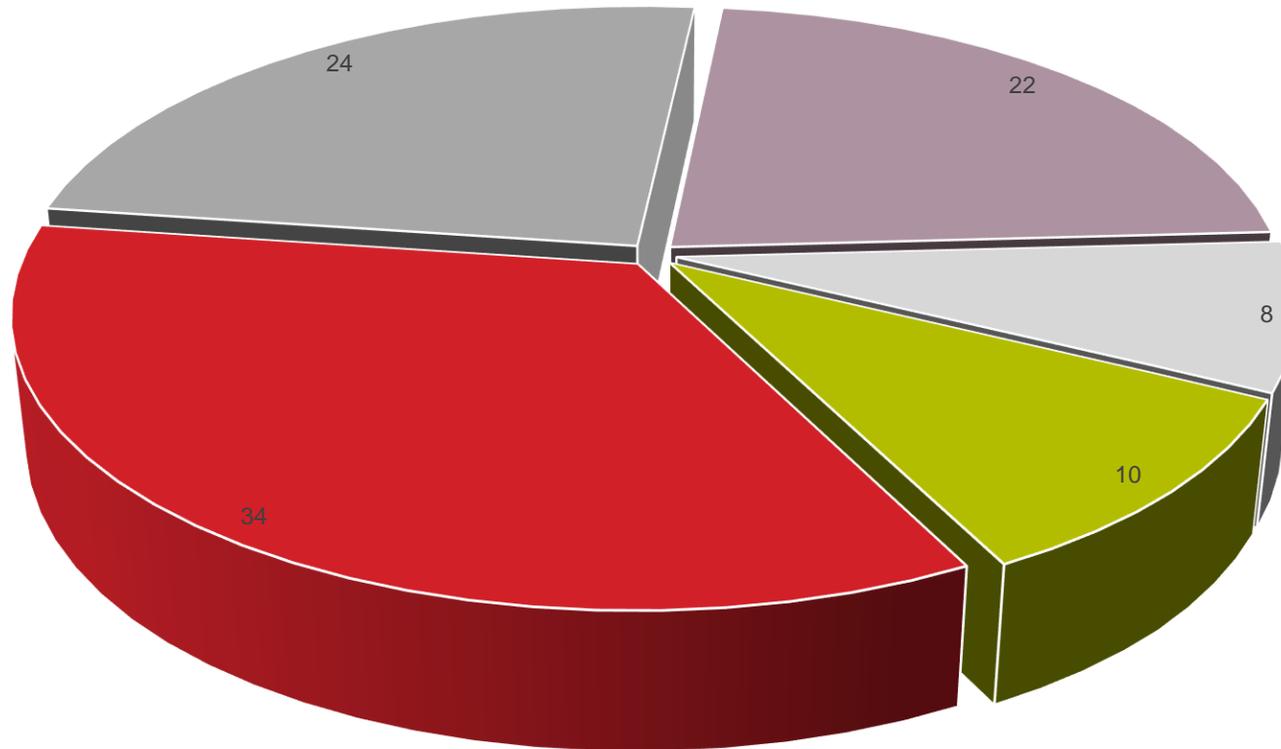


Auswirkungen der Coronakrise auf eigenes Geschäft



Keine schnelle Normalisierung erwartet

Bis wann rechnen Sie mit einer Normalisierung der Situation?



- 6 bis 12 Monate
- bis 18 Monate
- 3 bis 6 Monate
- 3 Monate
- keine Prognose möglich

Learnings aus der Krise



- **Digitalisierung** des eigenen Geschäftsmodells vorantreiben (43%)
- **Risiko** diversifizieren (32%)
- Neue **Beschaffungsquellen** erschliessen oder Produktionsstandorte (14%)

Stossrichtungen für eine erfolgreiche Krisenbewältigung

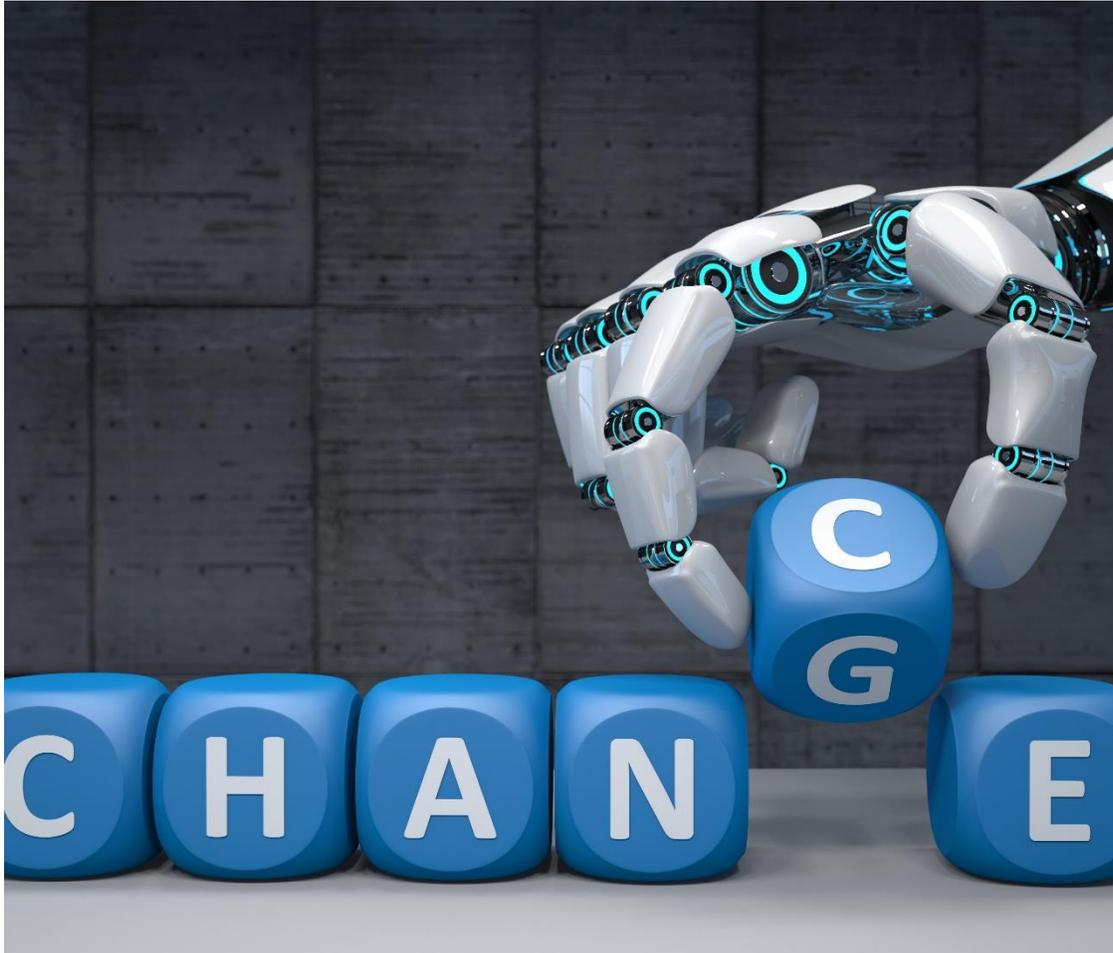


Falscher Ansatz: Krise aussitzen



Die Krise in Chance umwandeln (interne Ansätze)

DIGITALISIERUNG



- **Digitalisierung des eigenen Geschäftsmodells vorantreiben:**
 - Kompetenzen in der **Digitalisierung** ausbauen
 - Online-Footprint erhöhen
 - Digitalisierung der eigenen Customer Journey vorantreiben
 - Virtuelle Formate von Meetings, Messen und Veranstaltungen
 - Nutzung von E-Commerce und E-Commerce-Plattformen)

Die Krise in Chance umwandeln (interne Ansätze)

GESCHÄFTSMODELL ANPASSEN



- **Geschäftsmodell anpassen:**
 - Vertriebskanäle
 - Service
 - Kommerzielle Bedingungen
 - Pricing
 - Kundensegmente
 - Nutzenstiftung (zusätzliche Services)
 - Partnerschaften ausweiten

Die Krise in Chance umwandeln (interne Ansätze)

WERTSCHÖPFUNGSKETTE ÜBERDENKEN



- **Wertschöpfungskette überdenken:**
 - **Beschaffungsrisiko** diversifizieren
 - Was soll **lokalisiert** werden?
 - Wie kann der **Verkaufsprozess** digitalisiert werden?
 - **Szenario-Planung** vornehmen?
 - **Vertriebskanäle** überdenken
 - Wie wird der Service / **After-Sales-Service** sichergestellt?

Die Krise in Chance umwandeln (interne Ansätze)

MÄRKTE BEOBACHTEN



- **Märkte systematisch beobachten:**
 - Wie hat sich das **Kundenverhalten** verändert? Welche Chancen lassen sich daraus ableiten?
 - Welche **Anforderungen** werden uns gegenüber verlangt?
 - Entstehen neue **Bedürfnisse**?
 - Wie kann die **Währungssituation** genutzt werden?
 - Welche **Konjunkturprogramme** werden lanciert? Gibt es lokale Initiativen?
 - Welche **Technologien** werden verlangt? Für welche entstehen neue Chancen?
 - Sind neue **Trends** / Standards erkennbar?
 - Gibt es **geografische Verschiebungen**?
 - Wo entstehen neue **Märkte**?

Die Krise in Chance umwandeln (interne Ansätze)

RISIKEN ANTIZIPIEREN



- **Risiken antizipieren und Risiken absichern:**
 - Haben wir ein Risk-Management?
 - Haben wir ein Scenario-Planning?
 - Welchen (weiteren) Risiken sind wir ausgesetzt?
 - Geopolitische Konflikte
 - Handelsembargos
 - Währungsturbulenzen
 - Kreditrisiken
 - Beschaffungs- und Absatzrisiken
 - Naturkatastrophen
 - Cyber-Risiken
 - ...
 - Welche Risiken kann ich diversifizieren? (geografisch, segmentspezifisch etc.)

Stay strong – stay healthy!

«Wenn der Wind der Veränderung weht, bauen die einen **Mauern**, die anderen **Windmühlen**.»

(Chin. Sprichwort)



Wie wir KMU bei ihrem internationalen Geschäft unterstützen



**Länderspezifische
Marktbearbeitung**

**Umfassende
Informationen**

**Begleitung im
Zielmarkt**

**Virtuelle Messen
und Unternehmer-
reisen**

**Optimierung
Wertschöpfungs-
ketten**

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Alberto Silini,
Leiter Beratung bei S-GE,
freut sich Ihre
Kontaktaufnahme!

asilini@s-ge.com
+41 44 365 53 15



www.s-ge.com | contact@s-ge.com

[in s-ge.com/linkedin](https://www.linkedin.com/company/s-ge) | [@SGE](https://twitter.com/SGE)