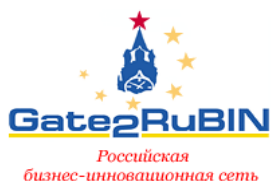


network
enterprise europe



Business Support on Your Doorstep



РУКОВОДСТВО ПО ПОДГОТОВКЕ БИЗНЕС- ПРЕДЛОЖЕНИЙ

Обновлено 2014

Содержание

Введение

О Европейской сети поддержки предпринимательства (EEN)	4
Для чего нужно руководство	4
Технологическое предложение или бизнес-предложение? Технологический или бизнес-запрос	Ошибка!
Закладка не определена.-5	
Бизнес предложение (БП) или Бизнес запрос (БЗ)? Ошибка! Закладка не определена.	
Перед тем как начать писать Бизнес Предложение	5-6
Важное напоминание	6
Как написать хорошее Бизнес Предложение	6-7
Дополнительная помощь по английскому языку	8

Заполнение профиля

Раздел - Подробная информация

Заголовок	9
Контактная информация	9
Аннотация	9-10
Описание	10
Преимущества и инновации	11
Стадия разработки	11
Комментарии по аполнению поля "Стадии разработки"	12
Статус интеллектуальной собственности	12
Комментарии по заполнению поля "Статус интеллектуальной собственности" ..	12-13

Раздел - Распространение

Рыночные ключевые слова	203
Насе коды	13
Секторальные группы	13
Распространение в конкретных странах	13

Раздел - Информация о компании

Тип и размер компании	14
Год основания	15

Оборот (EURO).....	15
Участие в транснациональной деятельности.....	15
Стандарты по сертификации.....	15
Язык.....	15
Страна регистрации компании.....	15
Раздел - Искомый партнер	
Тип и роль партнера.....	16
Выражение интереса.....	16
Тип и размер искомого партнера.....	16
Тип партнерства.....	17
Раздел - Вложения.....	18
БП/БЗ процедура валидации	
Общая информация.....	18
Внутренняя валидация.....	18
Внешняя валидация.....	18-19
Распространенные ошибки	
Аннотация/Описание.....	20
Типы сотрeдничества и поля комментариев.....	20
Лексика, синтаксис и стиль.....	20-21

1. Введение

1.1. О Европейской сети поддержки предпринимательства (EEN)

Европейская сеть поддержки предпринимательства направлена на обеспечение инновационной деятельности и поддержки малого бизнеса на всей территории ЕС.

С января 2008 года сеть включает в себя около 600 партнеров в более чем 40 странах, которые предлагают широкий спектр услуг для малого и среднего бизнеса.

Сеть является частью Конкурентоспособной и Инновационной рамочной программы. Эта программа помогает в получении информации о законодательстве ЕС, возможностях финансирования, оказания помощи в поиске бизнес и технологических партнеров и помощь в развитии научных исследований и инновационных мощностей.

Сеть управляется Исполнительным агентством по Конкурентоспособности и Инновациям(EACI), созданная директоратами Европейской комиссии.

1.2. Для чего нужно руководство

Руководство по написанию профиля существует для того, чтобы помочь вам написать хорошее Бизнес Предложение. Хотя правила одинаковы для всех, каждый профиль должен быть уникальным. Внимательное изучение руководства поможет вам правильно написать Бизнес Предложение и впоследствии облегчит поиск партнеров.

1.3. Технологическое Предложение или Бизнес Предложение? Технологический Запрос или Бизнес Запрос?

Технологическое предложение пишется тогда, когда клиент разработал / разрабатывает технологию или инновацию и хочет, чтобы ею могли воспользоваться зарубежные заказчики / партнеры – т.е. совершить трансфер технологии.

Аналогичным образом, Технологический запрос составляется, если для решения возникших проблем вашему клиенту необходимо найти одного или нескольких партнеров, которые передали бы ему требуемую технологию или ноу-хау.

Если вашему клиенту нужны партнеры для расширения бизнеса за рубежом в рамках имеющихся у него технологий и продукции, франшизы в странах-участницах сети, или торговые посредники и зарубежные поставщики, или любое другое деловое партнерство, не включающее трансфер технологий, то для него следует составить Бизнес-предложение или Бизнес-запрос, специально предназначенные для установления бизнес-партнерств.

Пятый тип профиля – запрос на поиск научного партнера, или Исследовательский запрос (ИЗ) – дает возможность клиентам принять участие в общеевропейских научно-исследовательских проектах. По правилам EEN, эти профили разрешено делать координаторам проектов для поиска недостающих научных партнёров для формирования консорциума, но не наоборот.

1.4. Бизнес Предложение (БП) или Бизнес Запрос (БЗ)?

Иногда сложно определить бизнес-предложение или бизнес-запрос. Ниже приведены два описания БП/БЗ.

1. Для того чтобы различить их, нужно ответить на вопрос: по какому пути будет идти денежный поток?

Если Ваш клиент должен заплатить, чтобы получить то, что он ищет, это бизнес-запрос.

Если Ваш клиент собирается получить деньги или финансовую выгоду от партнера, это бизнес-предложение.

2. По движению продукции:

Бизнес-запрос – Ваш клиент ищет компании, которые поставляют определенные товары или услуги.

Бизнес-предложение – Ваш клиент хочет экспортировать свою продукцию или расширить свои услуги в других странах EEN.

Примеры:

« Производители органической косметики ищут дистрибьютора» - бизнес предложение, так как компания предлагает свою продукцию.

«Дистрибьютор ищет косметические товары для дополнения продуктового ряда» - бизнес запрос.

В случае если в профиле компании присутствует одновременно и БП и БЗ, следовательно, необходимо сделать два профиля, соответственно разбив тематику профиля.

1.5. Перед тем, как начать писать Бизнес Предложение

" Время, проведенное на разведку никогда не считается потраченным в пустую ". Эта военная поговорка также может быть применена к писанию БП. Для того чтобы написать БП хорошего качества будет полезно посетить вашего клиента .

Вопросы, которые вы можете задать вашему клиенту:

- Предпочтения в бизнесе? Планы расширения? Суть бизнес-плана? Финансовое состояние?
- Является ли продукт новым? Имеется ли патент? На какой стадии находится ваш патент?
- Имя товара / услуги/ компании защищено товарным знаком? В каких странах? Используется ли товарный знак в целевой стране?
- Насколько стабильным является бизнес по отношению к истории и месту в своем секторе рынка?
- Какой тип партнерства интересует: промышленный, финансовый?
- Что вы ждете от партнера?
- Какие ресурсы (люди , время, деньги) вы готовы вложить в проект?

Разумеется вы будете задавать и другие вопросы, но вашей целью является создание полной картины БП, амбиций и способностей вашего клиента. Когда вы встречаетесь с предпринимателем, попросите его предоставить рекламные материалы (брошюры, Сайт ...) и, по возможности, его патенты.

Так же пользуйтесь интернетом, это поможет вам лучше заполнить профиль, понять конкурентные преимущества, инновационные аспекты и главные преимущества.

1.6. Важное напоминание

После отправки профиля в базу данных Enterprise Europe Network , деловые предложения направляются всем сетевым партнерам.

Важно понимать, что профили БП должны быть **понятны неспециалистам в данной области**. В связи с этим важно, чтобы информация, представленная в названии и аннотации, была универсальна, и давала четкое представление о том, на кого ориентирована. Информация, содержащаяся в поле «Описание» может быть представлена более подробно, чтобы повысить интерес потенциального партнера.

Помните, что профили компаний будут распространены на Общедоступном веб-сайте, и упоминание о товарных знаках и названии компании не допускается ни в одном разделе профиля.

1.7. Как написать хорошее Бизнес Предложение

Подготовка Бизнес Предложения требует практики, однако несколько простых правил помогут вам заполнить профиль.

- **Пишите вдумчиво:** представьте, что вы разговариваете с коллегой сети или с иностранным партнером, который может быть заинтересован в вашем предложении.
- **Заполняйте профиль на разговорном английском:** сведите использование технического терминов к минимуму. Используйте их только если вы считаете, что это необходимо для понимания профиля.

Всегда помните, что вашей целью является не компания, которая попросила вас заполнить профиль, а работник сети EEN или компания-потребитель, которая читает эту анкету.

- **Используйте короткие и лаконичные предложения:** придерживайтесь правила «одно предложение, одна идея»
 - **Исключайте ненужные слова;**
 - **Сделайте Заголовок (Title) БП простым и понятным:** помните, что читатель обычно смотрит по заголовку интересуется ли его данный профиль или нет.
 - **Избегайте жаргона и объясняйте акронимы:** если вам нужно использовать аббревиатуры, то сначала расшифруйте и запишите в скобках сокращенный вариант. Единственным исключением из этого правила это общеизвестные аббревиатуры, например ДНК.
 - **Избегать копирования и вставки частей текста из других публикаций:** используйте более простые слова
 - **Проверьте БП перед отправлением на валидацию в Merlin:** убедитесь, что Бизнес Предложение является точным, ясным и кратким. Если есть возможность, попросите коллегу проверить и подкорректировать.
 - **Аннотацию лучше всего писать в последнюю очередь:** это должна быть краткая аннотация БП. Избегайте повторения с полем «Описание», но сохраняйте общую идею.
 - **Помните, что в разделе «Аннотация» может быть не более 500 символов:** если вы напишете слишком много, то профиль не будет отправлен на валидацию, слишком мало – не раскроете суть БП.
 - **Уделите отдельное внимание разделам «Аннотация» и «Заголовок»:** это первое, а иногда и единственное, что видят потенциальные партнеры и компании.
- Многие работники сети высылают только title и summaries своим клиентам. Это помогает им сэкономить время и избежать ненужной информации.
- Полный профиль Бизнес Предложения будет выслан в том случае, если компания запросит о дополнительной информации. Таким образом, Заголовок и Аннотация должны быть написаны как можно лучше и отражать запрашиваемый продукт/услугу наилучшим образом.
- **Убедитесь, что ваше Бизнес Предложение (БП) направлено на среднесрочное и долгосрочное сотрудничество:** любое предложение товаров и поиск клиентов и покупателей не допускается.

- **Не использовать местоимения «мы», «наши» и т.д. (профиль должен быть заполнен от третьего лица)**

Полезные ссылки для проверки английского языка:

www.yourdictionary.com, www.m-w.com, www.foreignword.com/Tools/dictsrch.htm,
www.acronymfinder.com

1.8. **Дополнительная помощь по английскому языку**

Чтобы убедиться, что БП/БЗ составлено на понятном английском языке, можно предложить прочитать его коллеге или знакомому, хорошо владеющему английским, возможно, он предложит некоторые улучшения. Проверить правописание можно силами программы MS Word: кликните Рецензирование, потом Правописание, и выберите Английский словарь.

Вам могут также помочь следующие веб-сайты:

- Общее руководство по использованию английского языка: www.plainenglish.co.uk.
- Стандартный гид по сложностям английского языка: The Complete Plain Words, by Sir Ernest Gowers, revised by Sidney Greenbaum and Janet Whitcut, Penguin ISBN 0-14-051199-7.

Во многих online словарях есть тезаурусы, которые могут помочь в изложении технических и научных более простыми словами:

- www.yourdictionary.com
- www.m-w.com
- www.foreignword.com/Tools/dictsrch.htm
- www.acronymfinder.com: полезен при расшифровке технических сокращений.

2. Заполнение профиля Бизнес Предложения

Ниже приведены основные принципы заполнения каждого раздела Бизнес Запроса или Бизнес Предложения. Создавая профиль в Информационной системе Gate2RuBIN, вы увидите пять основных разделов («вкладок») для заполнения.

Звездочкой помечены поля, обязательные для заполнения.

2.1. Раздел «Подробная информация»

ЗАГОЛОВОК/TITLE

Заголовок должен быть ясным и понятным для неспециалистов в данной области. Он должен позволить клиентам понять, интересуют ли их БП. Помните, что это первое, что будет читать потенциальный партнер, заголовок должен быть ясным и кратким (для написания более подробной информации существует поле «Описание»/Description). Пожалуйста, помните, что акронимы, названия продукта или торговые марки запрещены в заголовке, максимальное количество знаков в данном поле - 256 (включая пробелы).

КОНТАКТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ/INTERNAL REFERENCE

В данном разделе нужно написать название компании и контактную информацию. Данное поле не является обязательным для заполнения и контактная информация не будет выкладываться в Мерлине, но она нужна в случае заинтересованности иностранных компаний.

АННОТАЦИЯ/SUMMARY

Пожалуйста, дайте краткое описание продукта/услуги, (максимум 500 знаков).

Помните, что раздел будет прочитан сразу после заголовка и будет основанием, опираясь на которое читатель решит, продолжать ли читать. Аннотацию лучше всего писать в последнюю очередь.

Многие работники сети высылают только Заголовок (Title) и Аннотацию (Summaries) своим клиентам. Это помогает им сэкономить время и избежать ненужной информации. Полный профиль Бизнес Предложения будет выслан в том случае, если компания запросит о дополнительной информации. Таким образом, Заголовок и Аннотация должны быть написаны как можно лучше и отражать предлагаемый продукт/услугу наилучшим образом.

Помните, что акронимы, название продукта или торговые марки также не должны быть указаны в аннотации.

Этот раздел должен отвечать на следующие вопросы:

- Географическое расположение компании.
- Какова сфера деятельности компании? (Относительно NACE кодов и ключевых слов о продукте и сегменте рынка)
- Какие продукты они предлагают?
- Для чего будет использоваться продукт?
- Какие типы партнерства рассматриваются. Например, испанский дистрибьютор органической косметики предлагает продукцию для...
- Если целевыми являются 5 или менее стран, то они так же могут быть указаны в данном разделе.

Краткий обзор преимуществ и инноваций предложенного продукта/услуги также может быть дан в этом разделе.

ОПИСАНИЕ/DESCRIPTION

Дайте описание характеристик вашего предложения (Макс., 4000 символов).

Самая важная часть профиля. Справочная информация или короткий вводный текст о бизнесе, о характере его деятельности, опыте, позиции на рынке (лидер рынка, дистрибьютор, вовлечение в интернационализацию). Эта информация поможет понять, что именно **предлагает** компания:

- обязательно указывайте страну происхождения компании и какой тип сотрудничества они ищут;
- информацию о сфере деятельности с ссылкой на NACE и Market keywords.
- опишите продукт, объясните, что вы предлагаете (делайте акцент на «что», а не на «как»);
- предоставьте информацию о ноу-хау;
- избегайте описания способов продвижения товара;
- не описывайте преимущества продукта, для этого будет отдельное поле;
- добавьте картинки или изображения (приложение к профилю);
- не пишите описание продукта, ориентированного на специальный сегмент рынка: сконцентрируйтесь на тех аспектах продукта, которые вы можете предложить.

Ваш текст должен быть максимально информативным, чтобы удовлетворить потенциального партнера на данном этапе. Он должен отвечать на вопросы, которые скорее всего могут возникнуть у клиента. В итоге текст должен быть легко читаем и раскрывать бизнес возможности.

ПРЕИМУЩЕСТВА И ИННОВАЦИИ/ADVANTAGES AND INNOVATIONS

Четко и ясно опишите инновационные аспекты, экономические преимущества/выгоду и каким образом их услуги будут выгодны для заинтересованных сторон.

Это поле очень важное! Здесь вы можете описать преимущества и инновации вашего продукта, которые вы можете предложить потенциальному партнеру.

При написании рассмотрите следующие параметры:

- Принимайте во внимание такие составляющие как производительность, простота использования, потребность в определенном ноу-хау или необходимость экспертизы для продажи продукта/услуги.
- Укажите, есть ли у продукта/услуги потенциал, чтобы попасть в другие промышленные сектора / рынки. Например, дозатор жидкого мыла, созданный для медицинской промышленности, может подходить и к пищевой промышленности.
- Избегайте общих слов таких как "лучший" или "самый эффективный". Любые утверждения должны быть подтверждены информацией о продукте/услуге.
- Когда это возможно, делайте акцент на инновационных аспектах и преимуществах вашего продукта, особое внимание уделите тому «что» вы делаете, а не на «как».
- Конкретные моменты, которые необходимо осветить: опыт работы в данном секторе, знание сектора, время существования, надежность, знание местных рынков и коммерческих сетей.
- Убедитесь, что такие показатели, как производительность, простота в использовании, опираются на количественные показатели.

СТАДИЯ РАЗРАБОТКИ/STAGE OF DEVELOPMENT

Это поле не является обязательным для заполнения.

Но в большинстве случаев было бы целесообразно, указать стадию разработки технологии/продукта, выбраны могут быть только те опции, которые были указаны в «Описании». В большинстве случаев указывают «Компания уже присутствует на рынке», в любом случае, что бы вы ни выбрали, пожалуйста, убедитесь, что это соответствует тому, что вы пишете в профиле.

- компания уже присутствует на рынке;
- продукт доступен для демонстрации;
- проект на стадии идеи/разработки концепции;
- проведено исследование и оценка рынка;

- проект запущен;
- проект в стадии обсуждения;
- проект в стадии разработки;
- прототип продукта доступен для демонстрации;
- продукт протестирован.

КОММЕНТАРИИ ПО ЗАПОЛНЕНИЮ ПОЛЯ «СТАДИИ РАЗРАБОТКИ»/COMMENTS REGARDING STAGE OF DEVELOPMENT

Предоставьте дополнительную информацию, касающуюся стадии разработки продукта. Будет полезно уточнить стадию разработки и/или другие факторы, которые требуют рассмотрения. Однако данная информация не должна дублировать ту, которую вы давали в аннотации и описании.

СТАТУС ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ/ IPR

Это поле не является обязательным для Бизнес Предложения.

Укажите статус интеллектуальной собственности компании, может быть отмечен один и более пунктов, но они должны соответствовать тому, что вы пишете в профиле.

- авторское право;
- право на промышленный образец;
- исключительное право;
- необходимость получения патента;
- заявление на получение патента подано, но патент еще не получен;
- патент выдан;
- ноу-хау;
- зарегистрированная торговая марка.
- другое (зарегистрированный промышленный образец и т.д.);

КОММЕНТАРИИ ПО ЗАПОЛНЕНИЮ ПОЛЯ «СТАТУС ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ»/COMMENTS REGARDING IPR STATUS

Это поле не является обязательным для заполнения для БП.

Если вы указали статус интеллектуальной собственности, то пожалуйста дайте более подробную информацию относительно данного пункта.

Важно отметить все страны где патент, регистрация образца и/или регистрация торговой марки были приняты и/или выданы/зарегистрированы для соответствующих отмеченных полей в поле «Статус интеллектуальной собственности».

Если из предложенных вариантов вы выбрали «Исключительное право», то укажите в каких странах право было или будет выдано и какова природа «Исключительного права» (например лицензия).

Если вы выбрали вариант «Другое», то укажите тип интеллектуальной собственности.

Вопросы, которые вы можете задать вашему клиенту:

- Подходящее ли это время для публикации профиля?
 - Если да, то какой объём информации может быть раскрыт (опубликован) в Бизнес Предложении, которое увидят эксперты EEN и их клиенты.
- Был ли ваш продукт/услуга/технология были раскрыты (опубликованы) до этого?
 - Если нет – не думали ли вы зарегистрировать интеллектуальную собственность вашего продукта/услуги/технологии перед тем как раскрыть информацию?
 - Если да – подали ли вы заявление на защиту вашей неинтеллектуальной собственности (патент/торговая марка/право на промышленный образец)? Если да, то какие?

Важное напоминание:

Как только информация о вашей компании оказалась в сети EEN, профиль становится доступным всем членам сети, так же он доступен для публичного использования и для поиска в Интернете. Следовательно, конфиденциальная информация о клиенте может быть раскрыта только с его разрешения

2.2. Раздел «Распространение»

РЫНОЧНЫЕ КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА/ MARKET KEYWORDS

Выберите максимум пять ключевых слов.

- Выберите рыночные ключевые слова третьего уровня (вида «007003005»), т.к. они наиболее полно характеризуют деятельность компании
- Учитывайте, что поиск профиля может быть осуществлен только по ключевым словам
- Сфокусируйтесь на рыночном аспекте. Помните, что он может быть далек от технологической составляющей.

Пример:

007 CONSUMER RELATED

007003 Food and Beverages

007003005 General food products

КОДЫ NACE

Выберите максимум пять NACE кодов, соответствующих деятельности компании

- Выберите NACE коды третьего уровня (вида «A1.2.5»), т.к. они наиболее полно характеризуют деятельность компании
- Учитывайте, что поиск профиля может быть осуществлен только по ключевым словам

- Помните о том, что NACE коды описывают саму компанию, а не содержание Бизнес Предложения.

Пример:

A - Agriculture, forestry and fishing

A1 - Crop and animal production, hunting and related service activities

A1.2 - Growing of perennial crops

A1.2.5 - Growing of other tree and bush fruits and nuts

СЕКТОРАЛЬНЫЕ ГРУППЫ/ SECTOR GROUP

Не обязательно для заполнения. Выберите подходящую секторальную группу к деятельности компании.

РАСПРОСТРАНЕНИЕ В КОНКРЕТНЫХ СТРАНАХ/ RESTRICT DISSEMINATION TO SPECIFIC COUNTRIES

В этом поле вы должны указать страны, в которых вы хотите распространить профиль. Если поле оставить пустым, профиль будет распространен среди всех стран.

Убедитесь, что страны, выбранные в этом списке, не противоречат другим разделам профиля. Указывайте только страны-члены EEN!

2.3. Раздел «Информация о компании»

ТИП И РАЗМЕР КОМПАНИИ / TYPE AND SIZE OF CLIENT

Существуют различия в классификации МСП в России и в сети EEN. При заполнении данного раздела мы ориентируемся на европейский вариант.

Выберите тип и размер компании:

- предприятие МСП ≤ 10 (малый и средний бизнес - 10 или менее сотрудников);
- предприятие МСП 11-49 (малый и средний бизнес - от 11 до 49 сотрудников);
- предприятие малого и среднего бизнеса 50 - 249 (малый и средней бизнес - от 50 до 249 человек);
- предприятие 250-499 (предприятия с 250 - 499 сотрудников);
- предприятие > 500 (предприятие с более чем 500 сотрудников);
- предприятие МНП > 500 (многонациональным предприятием с более чем 500 сотрудников);
изобретатель;
- другие;

- НИИ (научно-исследовательский институт);
- учебное заведение (с аккредитацией).

ГОД ОСНОВАНИЯ / YEAR ESTABLISHED

Укажите год, когда была создана компания. Это полезный показатель для компании, которая таким образом может показать стабильность и опыт организации.

ОБОРОТ (EURO) / TURNOVER (EURO)

Выберите из предложенных вариантов приблизительный годовой оборот компании в евро:

- <1 млн. (менее 1 млн. евро);
- 1-10 млн. (от 1 до 10 млн. евро);
- 10-20 млн. (от 10 до 20 млн. евро);
- 20-50 млн. (от 20 до 50 млн. евро);
- 50-100 млн. (от 50 до 100 млн. евро);
- 100-250 млн. (от 100 до 250 млн. евро);
- 250-500 млн. (от 250 до 500 млн. евро);
- 500 млн. (500 млн. евро или более).

УЧАСТИЕ В ТРАНСНАЦИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ / ALREADY ENGAGED IN TRANS-NATIONAL COOPERATION

Если компания уже участвует в транснациональном сотрудничестве, отметьте это. Это хороший показатель опыта компании и понимания тонкостей международного сотрудничества.

СТАНДАРТЫ ПО СЕРТИФИКАЦИИ / CERTIFICATION STANDARDS

Укажите все международно-признанные стандарты клиента (т.е. ISO9001). Все основные мировые стандарты могут быть выбраны из данных вариантов: AS, BS, DIN, ECOCERT, ELLOT, EMAS, EN, FSC, **ГОСТ**, **ISO**, OHSAS, MGIP, SA, SO, SPWG, TCO, TS, TSE и стандарт VESA . Для стандартов, признанных на региональном и национальном уровне выберите «Другое».

ЯЗЫК / LANGUAGE

Укажите все языки, на которых могут говорить представители компании на профессиональном и деловом уровне.

СТРАНА РЕГИСТРАЦИИ КОМПАНИИ / COMPANY COUNTRY

Укажите страну, в которой зарегистрирована компания.

2.4. Раздел «Искомый партнер»

ТИП И РОЛЬ ПАРТНЕРА / TYPE AND ROLE OF PARTNER SOUGHT.

Это поле очень важно! Укажите всю информацию, относящуюся к типу партнера.

Кроме этого, укажите конкретные области знаний нужного вам партнера. Например, специалисты в области пластмассы нуждаются в производителях пластмассы, дистрибьюторах пластиковых пакетов и их утилизации. Заявляйте как можно подробнее о своих требованиях.

Кроме того, включите задачи и информацию о том, чего вы ожидаете от партнера, приведите примеры.

Так же помните, что это поле должно соответствовать информации в других полях данного раздела. Чем более подробно вы опишите тип искомого партнера, тем более подходящего клиента вы найдете.

ВЫРАЖЕНИЕ ИНТЕРЕСА / PROFILE IS OPENED FOR EXPRESSION OF INTEREST

Укажите, открыт ли профиль для выражения интереса. Данное поле можно отредактировать в любой момент.

ТИП И РАЗМЕР КОМПАНИИ ПАРТНЕРА / TYPE AND SIZE OF PARTNER SOUGHT

Выберите нужный тип и размер компании, с которой клиент хотел бы сотрудничать:

- предприятие малого и среднего бизнеса ≤ 10 (малый и средний бизнес - 10 или менее сотрудников);
- предприятие малого и среднего бизнеса 11-49 (малый и средний бизнеса - от 11 до 49 сотрудников);
- предприятие малого и среднего бизнеса 50 - 249 (малый и средний бизнеса - от 50 до 249 человек);

- предприятие 250-499 (предприятия с 250 - 499 сотрудников);
- предприятие > 500 (предприятие с более чем 500 сотрудников);
- предприятие МНП> 500 (многонациональное предприятие с более чем 500 сотрудников);
- изобретатель;
- другие;
- НИИ (научно-исследовательский институт);
- учебное заведение (с аккредитацией).

ТИПЫ ПАРТНЕРСТВА / TYPE OF PARTNERSHIP CONSIDERED

Выберите соответствующий тип искомого партнерства:

- **договор о присоединении** (соглашение, при котором компания хочет продать компанию или ее часть (акции));
- **договор о торговом посредничестве** (имущественное соглашение доверительного характера, где компании соглашаются быть связанными последующими обязательствами, выраженными любой из сторон);
- **договор об услугах по сбыту продукции** (соглашение, при котором компания ищет дистрибьютора);
- **финансовое соглашение** (соглашение, при котором компания предлагает финансирование);
- **агентское соглашение о франчайзинге** (соглашение, при котором компания предлагает франшизу (чтобы стать партнером);
- **соглашение о создании совместного предприятия** (соглашение о создании нового юридического лица на ограниченный период времени);
- **лицензионное соглашение** (соглашение на использование лицензионных материалов);
- **производственное соглашение** (соглашение, при котором компания предлагает производить товары используя рабочий труд, машины, инструменты);
- **соглашение об аутсорсинге** (соглашение, включающее обмен услугами на долгосрочной основе);
- **соглашение о совместном производстве** (соглашение, при котором компания предлагает товары в обмен на другие);
- **договор о предоставлении услуг** (соглашение, при котором услуги предоставляются одной компанией другой, путем разделения финансирования и ресурсов для обслуживания);
- **субконтракт/субподрядный договор** (соглашение, при котором компания предлагает выполнение части или всей работы другой компании (компания хочет

быть субподрядчиком). Это может быть одноразовый договор.

2.5. Раздел «Вложения»

Вы можете добавить вложения. Это важно при описании комплексных продуктов для того, чтобы непрофессионалы могли понять концепцию. Любое описание/фотография не должны раскрывать названия компании / продукта или фирменного наименования. Здесь не существует ограничения на количество файлов, однако каждый файл должен быть размером не более 4 Мб (мегабайт). Форматы, которые могут быть использованы: JPG, JPEG и GIF. Другие типы файлов не поддерживаются.

3. Предоставление и порядок рассмотрения БП

Общая Информация

Внимание! Этот раздел включен в Руководство с целью дать общее представление о процессе валидации профилей в EEN. Размещать профили в информационной системе EEN (Merlin) могут только сотрудники членов консорциума Gate2RuBIN. Центры – региональные партнеры Gate2RuBIN могут размещать профили только в информационной системе Gate2RuBIN.

Все новые профили, загруженные в международную базу данных, проходят два этапа валидации. Эта процедура введена для того чтобы поддерживать высокий уровень качества.

Существует 2 этапа валидации:

- внутренняя валидация в рамках организации/консорциума;
- внешняя валидация специалистами, которые были назначены на роли независимых экспертов.

ВНУТРЕННЯЯ ВАЛИДАЦИЯ

Администратор каждого консорциума должен дать права “внутреннего валидатора” эксперту (сотруднику), который будет отвечать за внутреннюю валидацию профилей, размещаемых в Merlin. После прохождения внутренней проверки профиль отправляется на внешнюю валидацию.

ВНЕШНЯЯ ВАЛИДАЦИЯ

Профиль, прошедший внутреннюю валидацию, попадает в систему, доступ к которой имеют только внешние валидаторы. Эксперт-валидатор может выбирать на экспертизу

только профили, тип и тематическая направленность которых соответствует компетенциям эксперта.

Валидатор обязан тщательно изучить содержание и оформление профиля и убедиться, что они соответствуют Руководству. Валидаторы не видят контактных данных создателя профиля. К валидатору не поступают профили, созданные им самим или в его консорциуме.

Каждый внешний валидатор должен выставить оценку профиля в баллах по 4 критериям. Баллы, выставленные двумя валидаторами, усредняются. Итоговый балл определяет дальнейшую судьбу профиля до публикации.

Четыре критерия, на основе которых оценивается профили компаний:

- ясность;
- преимущества и инновационный аспект;
- соответствие требованиям и чистый английский язык;
- ожидания от сотрудничества.

Рейтинг профиля	Количество баллов (n/20)	Следующий шаг
A. Отлично	17.5 – 20.0	Профиль публикуется в БД EEN
B. Хорошо	13.5 – 17.4	
C. Удовлетворительно	9.5 – 13.4	
D. Плохо	4.5 – 9.4	<p>Публикация профиля приостанавливается: система уведомляет создателя профиля о том, что данный профиль требует доработки и статус профиля изменяется на “On hold from external review”. Внешний валидатор составляет для создателя профиля рекомендации по его доработке; внутренний валидатор ставится в копию.</p> <p>Когда создатель профиля исправляет ошибки и снова подает его на валидацию, фаза внешней валидации возобновляется, и профиль поступают к тому же внешнему валидатору, который рассматривал его в первый раз. Этот процесс повторяется до тех пор, пока профиль не получит достаточно высокий балл для публикации.</p>
E. Неудовлетворительно	Менее 4.4	Прекращение рассмотрения профиля и его архивация

Профиль остается открытым в течение одного года.

4. Распространенные ошибки

4.1. Аннотация/Summary - Описание/Description

- Несмотря на то, что «Описание» БП может быть более развернуто, чем «Аннотация», не делайте его слишком сложным и имейте в виду, что человек, читающий профиль, не является конечным пользователем – чаще всего это сотрудник сети EEN, такой же, как и вы.
- Очень важно объяснить, на кого ориентирован данный профиль и почему.
- Профиль должен быть ясным и понятным для неспециалистов.
- Взаимное копирование разделов Заголовков, Аннотация и Описание – запрещено!

4.2. Типы сотрудничества и поля комментариев

1. Типы сотрудничества

- Не следует ставить «галочки» напротив всех подряд типов сотрудничества.
- Если выбрано несколько типов, то необходимы соответствующие пояснения в поле Комментариев, и Роли партнера должны быть описаны в соответствии с каждым выбранным типом сотрудничества.

2. Тип сотрудничества / Комментарии:

- В поле "Комментарии", вы ОБЯЗАНЫ внести всю необходимую информацию – желательно прямо с тремя заголовками, чтобы легче было читать.
 - Тип искомого партнера:
 - Область деятельности партнера:
 - Задачи партнера в предполагаемом взаимодействии:
- Вы можете дать информацию в другом формате, но если в ней не будут присутствовать все 3 пункта, указанные выше, профиль будет возвращен на доработку со статусом "On Hold".

3. Тип сотрудничества / Комментарии / Задачи партнера:

- В поле "Комментарии" в пункте " Задачи партнера" укажите, в чем будет состоять сотрудничество, т.е. что будете делать вы, а что – ваш партнер.
- Описание задач, которые должны быть решены в рамках партнерства, должно быть не просто цветистой фразой, а описанием реальных действий.
- "Знание производства xxx " – это НЕ действие. "Компания ищет партнера ууу для передачи технологии и ноу-хау" тоже НЕ пройдет.

4.3. Лексика, синтаксис и стиль представления

Качество профиля зависит не только от его содержания. Хорошая технология, будучи плохо описана, оставляет плохое впечатление об авторе, что может отпугнуть потенциальных партнеров.

1. Лексика и синтаксис:

Не поленитесь дважды проверить:

- Грамматические ошибки и опечатки: используйте функцию проверки орфографии MS Word и online-словари.
- Не используйте первую форму местоимений “мы/наше”. Вы должны говорить о клиенте в третьем лице.
- Синтаксис: проверяя синтаксис, убедитесь, что ваши фразы имеют ЛИШЬ ОДНО толкование. В некоторых предложениях расстановка знаков препинания может совершенно поменять смысл, как в известном примере:
 - "A woman without her man is nothing".
 - "A woman: without her, man is nothing".

2. Абзацы:

- Разбивайте длинные фразы и большие абзацы: разбиение текста облегчает чтение и понимание инновационности предлагаемых или запрашиваемых технологий.
- Разбиение на небольшие абзацы также поможет вам заметить, что где-то пропущена информация или что какие-то предложения в тексте требуют изменения формулировки.