

2011년 「해외시장 심층조사 지원사업」 신규 시장조사 수행기관 신청 안내

I. 「해외시장 심층조사 지원사업」 개요

1. 사업목적

- 중소기업이 자체적으로 추진하기 어려운 해외시장 조사를 시장조사 수행기관의 전문적인 서비스를 통해 지원
- 해외시장에서 마케팅 경험이 부족한 중소기업에게 체계적인 시장분석 및 시장조사의 중요성을 인식시키고 수출증대 도모

〈시장조사 수행기관이란?〉

☞ 해외진출을 희망하는 중소기업에게 전문 시장조사 및 컨설팅 서비스를 제공하기 위하여 해외 거점이 있고 글로벌 역량을 갖춘 글로벌 리서치사 또는 민간 컨설팅 기업

* '10년 해외시장 심층조사 수행기관 현황 : 21개사 지정

2. 지원서비스

- 중소기업의 해외진출 수요(진출지역 및 분야)에 적합한 시장조사 수행기관과 중소기업을 상호 연결, 맞춤형 해외시장 심층조사 지원
- 수행기관은 중소기업을 위해 시장현황분석, 타겟시장 및 바이어정보, 제품평가, 시장경쟁력 분석, 해외마케팅 전략 및 마케팅 툴 개선 방안 등 제공

* 해외시장 심층조사 세부 조사항목은 [첨부1] 참조

- 지원금액 : 총 사업비의 60% 또는 70%를 보조금 한도내 지원

－ 지원비율

기 준	지원비율	업체분담률
전년도 매출액 100억원 미만인 기업	70%	30%
전년도 매출액 100억원 이상인 기업	60%	40%

－ 지원한도

기 준		지원한도
지역1	북미, 유럽, 러시아CIS, 일본, 싱가포르, 대양주	기업 당 1,200만원
지역2	중국, 동서남아, 중남미 등 기타지역	기업 당 900만원

* 단, 참여기업별 지원한도는 수출역량강화사업 세부사업 보조금 승인금액과 지역별 지원한도 중 낮은 금액에 따름

II. 시장조사 수행기관 신규모집 계획

1. 모집 분야 및 자격요건

- 중소기업 해외진출을 위한 심층적인 시장조사 서비스 제공이 가능한 기업

*** 중동, 아프리카, 중남미 등 신흥전략시장 지역 업체 선정 우대**

- 국내 소재 기업

- － 2년 이상 중소기업 해외진출 지원업무를 수행하고 있고, 해외 현지 법인 또는 지사를 운영하고 있는 기업
- － 단, 해외법인(지사)이 없는 경우, 현지 업무 제휴 파트너 기업과 2년 이상 협력 경험이 있고 실적이 우수할 경우 신청 가능

- 해외 소재 기업

- － 2년 이상 관련 업무를 현지에서 수행하고 있고, 한국기업 또는 한국 기업의 현지법인에 대한 컨설팅 실적이 있는 기업
- － 한국 내 지사 및 업무제휴 파트너가 있는 경우 우대

- ※ 지정제외 : 신청 및 선정시 전국은행연합회의 “신용정보관리규약”에 따라 연체, 대위변제, 대지급, 부도, 관련인, 금융질서문란, 화의, 법정관리, 기업회생신청, 청산절차 등의 정보가 등록되어 있는 자

2. 신청·접수 안내

- 신청 기간 : 2011. 6. 24(금)까지
- 신청 방법 : 수출지원센터 홈페이지(www.exportcenter.go.kr)를 통한 온라인 신청

※ 홈페이지 회원 가입(기업회원으로 가입)→수출지원사업→해외시장 심층조사 지원사업→수행기관→사업참여신청

* 세부 지원단계는 ‘[첨부2] 지원 절차’ 참조

- 문의처 : 중소기업진흥공단 마케팅사업처 성혜리대리
(☎ 02-769-6725, sunghl@sbc.or.kr)

※ 지원사업 관련 상세처리절차, 참고자료, 접수·문의처는 수출지원센터 홈페이지(www.exportcenter.go.kr)의 [수출지원사업-해외시장심층조사-사업안내]를 참조하시기 바랍니다.

[첨부1] 해외시장 심층조사 세부내용

조 사 목 차	조사 내용
1. 서론	- 의뢰업체 정보 및 상품정보 - 연구의 범위, 조사방법, 요약, 평가
2. 시장현황 분석	- 업종(제품) 산업 및 시장동향 - 진출희망 국가의 무역현황 (교역현황, 통화정책, 수입관리제도, 수입관세율 및 외환관리제도 등) - 유통현황 분석 (유통현황, 유통경로 형태 및 단계별 마진율)
3. 타겟시장 및 바이어 정보	- 타겟시장 분석 (진출 유망시장 분석) - 유망바이어 조사
4. 제품평가	〈전문가 정성조사, 바이어 의견조회&인터뷰〉 - 제품평가 (수명주기, 기술 및 가격평가, 제품디자인 평가) - 관련 품목 취급 바이어 제품 반응, 구매의향 분석 - 관련 품목 취급 바이어 리스트 및 상세자료 - 바이어의 제품 개선 요청사항 분석
5. 경쟁력 분석	- 경쟁사 리스트 및 제품 판매 현황 분석 - 경쟁제품 취급/사용 바이어 발굴 및 리스트
6. 마케팅 전략	〈업체/제품별 마케팅 전략 제시〉 - 업체/제품 현황 분석 (경영현황, 판매현황, 판매전략 등 분석) - 강점 및 약점 분석 - 가격 책정 및 마케팅 전략 - 브랜드 관리 전략 - 유통 채널 전략 - 제품 현지화 전략 - 규격, 인증, 물류, A/S 관련 정보 - 해외 마케팅 관리 인력 활용 방안
7. 마케팅 툴 검토	- 홈페이지 및 브로셔 개선의견 (컨텐츠 현지화 작업) - 광고 전략 - 기타 마케팅 툴 활용방안 - 바이어별 구매 고려사항, 구매패턴, 구매시점 분석을 통한 바이어 미팅 전략
8. 결론	- 해외시장 진출 가능성 결론 - 마케팅 전략 등 방법론 결론

[첨부2] 지원 절차

