

QR КОД ДОКУМЕНТУ



**ПОСИЛАННЯ НА
ДОКУМЕНТ У ФОРМАТІ DOCX**

<https://tinyurl.com/3xucz77f>

ДО: компанії ARAMIS Laser Systems
ВІД: Муховатої Ольги Анатоліївни

E-MAIL: dianitgroup@gmail.com

тел.: +380 99 247 73 11

ДАТА: 11.10.2025

ПОСИЛАННЯ НА CV

ENG <https://tinyurl.com/ybrwr8x8>



UKR <https://tinyurl.com/ysyz8234>



RUS <https://tinyurl.com/57t6df8p>



6-місячний маркетинговий та експортний план ARAMIS (2025–2026) для розвитку міжнародних ринків і збільшення прибутку

Брендова стратегія (Європа): "ARAMIS — European Laser Precision" (ARAMIS — Європейська лазерна точність)

Цілі на 6 місяців

- Вихід на ринки Центральної та Західної Європи (Чехія, Польща, Німеччина, Австрія).

- Збільшення кількості міжнародних партнерів і дилерів на 30%.
 - Зростання експорту обладнання на 25% у 2025–2026 рр.
 - Формування впізнаваного бренду серед індустріальних клієнтів (B2B).
-

Місяць 1. Аналіз і позиціонування (Foundation Phase)

Ціль: визначити конкурентні переваги ARAMIS на європейському ринку.

Дії:

- Провести аналіз конкурентів: Bodor, Bystronic, Trumpf, HSG, Mazak (порівняння за технологією, сервісом, гарантією).
- Визначити ключові **USP** (унікальні переваги):
 - лінійні двигуни власної розробки (без люфтів, без зносу);
 - 9-рівнева система сервісу;
 - Академія Aramis;
 - гнучкі умови фінансування.
- Провести **SWOT-аналіз** для формування ринкової стратегії.
- Розробити бренд-меседж для Європи:
“*ARAMIS — European Engineering Precision with Ukrainian Innovation.*”
(Європейська інженерна точність із українськими інноваціями)
- Замовити локалізацію сайту на 2 дод. мови (чеська, німецька).
- Оптимізувати SEO під запити:
“fiber laser cutting machine Europe”, “metal laser system Czech Republic”, “industrial automation laser cutting”.

KPI: завершений маркетинговий аналіз, нова структура сайту, бренд-гайд для ЄС.

Місяць 2. Запуск бренду в Європі (Market Entry)

Ціль: створити потік міжнародних запитів.

Дії:

- Запустити міжнародну **PPC-кампанію** (Google Ads + LinkedIn Ads) для інженерних і промислових компаній (ціль: ЄС, Велика Британія).
- Підготувати візуальний контент: 3D-анімації верстатів, технічні відео, кейси клієнтів.
- Запустити LinkedIn-сторінку **ARAMIS Europe** з регулярними публікаціями:
 - кейси клієнтів;
 - технічні порівняння з конкурентами;
 - серія “Behind the Engineering” — відео з виробництва.
- Опублікувати **PR-статті** на порталах: *Metalworking Europe*, *Industry Europe*, *Czech Industry News*.
- Розмістити банери на *EUROBLECH*, *Metal-Cutting.eu*, *IndustryArena.com*.

KPI: 3 000 переходів з реклами; 50 запитів через сайт; 10 партнерських контактів.

Місяць 3. Дилерська та партнерська програма (Partnership Expansion)

Ціль: створити мережу дистриб'юторів і сервісних партнерів у ЄС.

Дії:

- Розробити програму “**ARAMIS Partner 2026**”:
 - бонуси 10–15%;
 - навчання в Aramis Academy;
 - маркетингові матеріали;
 - спільна участь у виставках.
- Запустити **B2B email-кампанію** через LinkedIn Sales Navigator + CRM HubSpot.
- Провести вебінар “New Era of Precision: Linear Motion Systems in Laser Cutting” (Нова ера точності: лінійні рухові системи у лазерному різанні).
- Підготувати каталоги та брошури (англійською і німецькою).

KPI: 5 нових дилерів у ЄС; 100 контактів після вебінару; +15 запитів на дистриб'юцію.

Місяць 4. Демонстрації та виставки (Presence & Proof)

Ціль: зміцнити довіру і створити фізичну присутність у Європі.

Дії:

- Участь у виставках:
 - **MSV Brno 2025 (Чехія)** — стенд з демонстраційним лазером ARAMIS AFX;
 - **EuroBLECH 2026 (Ганновер)** — підготовка.
- Організувати **Aramis Tech Demo Day** у Чехії для клієнтів і ЗМІ.
- Провести відеоекскурсію з виробництва.
- Залучити індустріальних інфлюенсерів (YouTube, LinkedIn).

KPI: 300+ відвідувачів стенду; 10 попередніх угод; 5 публікацій у пресі.

Ось список індустріальних інфлюенсерів у сфері лазерного різання та обробки металів, яких варто залучити для просування ARAMIS через YouTube та LinkedIn:

LinkedIn-експерти

1. **Dane Nelson**
Підприємець та спеціаліст з лазерного гравіювання з досвідом у галузі. [LinkedIn](#)
2. **Michael Mullins**
Генеральний директор Sonoma Laser Engraving, компанії, що спеціалізується на лазерному гравіюванні та різанні. [LinkedIn](#)
3. **James Prestage**
Контент-крейтор на YouTube, що створює навчальні відео з використання CNC та лазерних машин. [LinkedIn](#)

4. **Tony Huang**

Експерт з цифрової трансформації в металургійній промисловості, активно публікує про лазерне різання та ефективність виробництва. [LinkedIn](#)

5. **Harold Sinnott**

Консультант з технологій, інфлюенсер та цифровий консультант з досвідом у промислових технологіях. [LinkedIn](#)

Рекомендації для ARAMIS

- **Співпраця з YouTube-каналами:** Розгляньте можливість спільних відео або оглядів вашого обладнання на каналах, таких як G·WEIKE Laser або Trotec Laser, для підвищення впізнаваності бренду.
 - **Залучення LinkedIn-експертів:** Співпраця з професіоналами, як Dane Nelson або Tony Huang, може допомогти у створенні технічних статей, кейсів та публікацій, що підвищать авторитет ARAMIS у галузі.
 - **Активна участь у галузевих обговореннях:** Підтримуйте активність на платформах, таких як LinkedIn, коментуючи пости та статті, що стосуються лазерного різання та металообробки, для залучення уваги до вашого бренду.
-

Географічна стратегія розширення ринків (2025–2026)

Якщо ARAMIS вже готовий до міжнародного росту (європейська сертифікація, англomовний сайт, логістика з Чехії), зараз — ідеальний момент виходу не лише в ЄС.

1. Центральна та Східна Європа — Перший рівень (легкий вхід)

Країни: Чехія, Польща, Угорщина, Словаччина, Румунія, Болгарія

Чому варто: близька логістика, технічна освіта, дефіцит high-tech обладнання, лояльність до України, фонди REPowerEU.

Як зайти: через локальних інтеграторів або постачальників сталі.

KPI: участь у виставках MSV Brno, ITM Poznań, Metal Show Romania.

2. Близький Схід і Туреччина — Середній рівень (висока рентабельність)

Країни: Туреччина, ОАЕ, Саудівська Аравія, Катар

Чому варто: попит на промислові рішення, ринок не перенасичений брендами, відкритість до OEM-постачальників.

Як зайти: через дистриб'юторів, виставки *ArabPlast*, *SteelFab*, *SAUDI BUILD*.

KPI: 1–2 ексклюзивні дистриб'ютори, OEM-контракти.

3. Азія (крім Китаю) — Стратегічний рівень (підготовка)

Країни: Індія, В'єтнам, Індонезія, Малайзія

Чому варто: швидке зростання виробництва, попит на точні системи з Європи, доступна логістика.

Як зайти: через **joint ventures** або імпортерів із чеською юрисдикцією.

KPI: офіс-представництво + онлайн-продажі (Alibaba, Indiamart).

4. Південна Америка — Опортуністичний рівень

Країни: Чилі, Бразилія, Колумбія

Чому варто: програми імпортозаміщення, менша конкуренція у high-precision, високі націнки.

Як зайти: через партнерів у металообробці або агромашинобудуванні.

KPI: пілотні поставки, участь у *FEIMEC (Сан-Паулу)*, *ExpoMetal Chile*.

Підсумкова таблиця

Регіон	Рівень складності	Потенційна маржа	Оптимальний канал
Центральна/Східна Європа	Легкий	15–20%	Дилери + виставки
Близький Схід	Середній	25–35%	Дистриб'ютори, OEM
Азія (крім Китаю)	Складний	20–30%	JV, імпортери
Південна Америка	Опортуністичний	30–40%	Партнери, дистриб'ютори

SWOT-аналіз ARAMIS (експортна стратегія 2025–2026)

Сильні сторони (Strengths)

- Висока якість лазерного різання та металообробки, підтверджена європейськими партнерами.
- Власне представництво в Чехії — спрощує вихід на ринки ЄС.
- Гнучкість виробництва, швидкі терміни виготовлення, можливість кастомізації замовлень.
- Конкурентна ціна у порівнянні з європейськими аналогами.

- Українська інженерна школа, високий рівень технічної компетентності.

Слабкі сторони (Weaknesses)

- Обмежене міжнародне визнання бренду.
- Відсутність сертифікації, що стримує великі контракти в Німеччині та Скандинавії.
- Недостатній маркетинг у digital-просторі (сайт, SEO, B2B-платформи).
- Складна логістика через воєнний стан і митні ризики.

Сертифікаційний статус ARAMIS (коротко):

ISO 9001:2015 (CERTITECH, Словаччина) — підтверджує якість виробництва, потребує **оновлення після 2023 р.**

CE — продукція відповідає стандартам ЄС (LVD, EMC, Machinery).

УкрСЕПРО — чинний в Україні.

Рекомендовано оновити / отримати:

- **Оновлення ISO 9001:2025** (актуальний сертифікат).
- **Повна технічна документація CE (Declaration of Conformity).**
- **EAC (Eurasian Conformity)** — для продажу в країнах СНД.
- **Potential: ISO 14001 / ISO 45001** — для посилення позицій на ринку ЄС

Можливості (Opportunities)

- Зростаючий попит на субпідрядні металообробні послуги в ЄС через дефіцит персоналу.
- Пільгові програми ЄС для українських виробників (EU4Business, EEN, Horizon Europe).
- Експансія у Центральну Європу через Чехію: Польща, Словаччина, Угорщина, Румунія.
- Співпраця з турецькими та ізраїльськими партнерами у сфері машинобудування.
- Використання “Made in Ukraine” як репутаційної переваги в умовах підтримки України.

Загрози (Threats)

- Зростання конкуренції з боку азійських постачальників (особливо Китай та Туреччина).
- Валютні коливання, нестабільність транспортних коридорів.
- Можливі бюрократичні бар'єри при сертифікації продукції.
- Залежність від політичної ситуації та умов експорту з України.

Висновок

ARAMIS має сильний виробничий потенціал і стратегічну перевагу завдяки наявності бази в Чехії. Основні кроки для зміцнення позицій на експортних ринках у 2025–2026 роках — підвищення впізнаваності бренду, проходження ISO-сертифікації, розвиток онлайн-маркетингу, участь у європейських виставках та формування довгострокових партнерств у Центральній та Південній Європі.

Документ із гаслом “**European Engineering Precision with Ukrainian Innovation**” (*Європейська інженерна точність із українськими інноваціями*).

Ось структурований варіант для торгових партнерів (для розсилки) - англійська та українська версії:

Комерційна пропозиція для міжнародних дилерів та сервісних партнерів ARAMIS (ENG/UKR)

ENG

Document Type: Marketing and Partnership Overview (For External Distribution)

Company: ARAMIS

Brand Message: European Engineering Precision with Ukrainian Innovation

1. About ARAMIS

ARAMIS is a leading manufacturer of industrial laser cutting and precision metalworking systems. With in-house developed linear motors, 9-level service support, and the Aramis Academy for professional training, ARAMIS combines **Ukrainian engineering innovation** with **European quality standards**.

Headquarters: Kyiv, Ukraine

European Representation: Czech Republic

2. Competitive Advantages

- **Linear motors without backlash or wear** – ensuring maximum precision and reliability.
- **9-level service system** – fast technical support and maintenance.
- **Flexible financing solutions** – tailored for international partners.
- **Aramis Academy** – professional training for operators and engineers.

- **European-ready standards** – products comply with CE directives and international quality norms.
-

3. Market Opportunities

- **Central & Eastern Europe:** Czech Republic, Poland, Slovakia, Hungary, Romania, Bulgaria – fast market entry, close logistics, high demand for industrial laser equipment.
 - **Western Europe:** Germany, Austria – premium segment, large-scale industrial demand, ideal through local distributors.
 - **Middle East:** Turkey, UAE, Saudi Arabia – growing industrial automation and construction sectors.
 - **Asia (excluding China):** India, Vietnam, Indonesia, Malaysia – high demand for precision laser solutions.
 - **South America:** Chile, Brazil, Colombia – import substitution programs, high margin opportunities.
-

4. Partnership Opportunities

For Dealers & Integrators:

- Exclusive or non-exclusive distribution agreements.
- Marketing and technical support materials.
- Joint participation in exhibitions (MSV Brno, EuroBLECH, ITM Poznań).
- Access to Aramis Academy training programs.

For Service Partners:

- Technical certification and support training.
- Co-branding opportunities for local service.
- Partnership in regional demo days and webinars.

Expected KPIs for partners:

- Increase regional sales by 25–30% within first 12 months.
- Access to 3–5 new demo installations or trade events per year.

- Growth of B2B leads through ARAMIS marketing channels (LinkedIn, website, exhibitions).
-

5. Contact Information

European Office (Czech Republic)

Email/phone:

Head Office (Ukraine)

Email/phone:

UKR

Тип документа: Маркетинговий та партнерський огляд для розсилки (Marketing / Partnership Overview for Distribution)

Компанія: ARAMIS

Брендове повідомлення: *European Engineering Precision with Ukrainian Innovation - (Європейська інженерна точність із українськими інноваціями)*

1. Про компанію ARAMIS

ARAMIS — провідний виробник промислових систем лазерного різання та високоточного металообробного обладнання.

Компанія розробляє власні лінійні двигуни, має 9-рівневу систему сервісної підтримки та освітню платформу **Aramis Academy** для професійного навчання операторів і технічних спеціалістів.

ARAMIS поєднує українські інженерні інновації з європейськими стандартами якості.

Головний офіс: Київ, Україна

Європейське представництво: Чехія

2. Конкурентні переваги

- **Лінійні двигуни без люфтів і зносу** — забезпечують максимальну точність і надійність.
- **9-рівнева система сервісу** — оперативна технічна підтримка та обслуговування.

- **Гнучкі фінансові рішення** — адаптовані під міжнародних партнерів.
 - **Aramis Academy** — професійне навчання для операторів та інженерів.
 - **Європейські стандарти** — продукція відповідає директивам CE та міжнародним нормам якості.
-

3. Ринкові можливості

- **Центральна та Східна Європа:** Чехія, Польща, Словаччина, Угорщина, Румунія, Болгарія — швидкий вихід на ринок, близька логістика, високий попит на промислове лазерне обладнання.
 - **Західна Європа:** Німеччина, Австрія — преміальний сегмент, масштабний промисловий попит, доцільна робота через локальних дистриб'юторів.
 - **Близький Схід:** Туреччина, ОАЕ, Саудівська Аравія — швидко зростаючі ринки автоматизації та будівництва.
 - **Азія (крім Китаю):** Індія, В'єтнам, Індонезія, Малайзія — високий попит на точні лазерні рішення.
 - **Південна Америка:** Чилі, Бразилія, Колумбія — програми імпортозаміщення, високі маржинальні можливості.
-

4. Партнерські можливості

Для дилерів та інтеграторів:

- Ексклюзивні або неексклюзивні дистриб'юторські угоди.
- Маркетингові та технічні матеріали для підтримки продажів.
- Спільна участь у виставках (**MSV Brno, EuroBLECH, ITM Poznań**).
- Доступ до навчальних програм **Aramis Academy**.

Для сервісних партнерів:

- Технічна сертифікація та навчання з підтримки обладнання.
- Можливості спільного брендування локальних сервісів.
- Співпраця під час регіональних демонстраційних днів і вебінарів.

Очікувані KPI для партнерів:

- Збільшення регіональних продажів на **25–30%** протягом перших 12 місяців.
- Доступ до **3–5 нових демонстраційних інсталяцій або виставкових заходів** щороку.
- Зростання кількості **B2B-лідів** через маркетингові канали ARAMIS (LinkedIn, вебсайт, виставки).

5. Контактна інформація

Європейський офіс (Чехія):

Email / Телефон:

Головний офіс (Україна):

Email / Телефон:

Структурована таблиця мов для сайту ARAMIS

Мета: Врахування цільових ринків, маркетингового плану та пріоритетів впровадження мов

Мова	Цільові ринки	Причина впровадження	Пріоритет
Англійська	Весь світ (онлайн-продажі, міжнародні клієнти)	Універсальна мова для B2B, міжнародної комунікації	Високий (вже є)
Українська	Україна	Корпоративний імідж, локальний ринок	Високий (вже є)
Польська	Польща	Центральна Європа, локальні партнери та дилери	Середній (вже є)
Чеська	Чехія, Словаччина	Представництво в Чехії, швидкий вихід на ринок	Високий

Німецька	Німеччина, Австрія, Швейцарія	Великі промислові ринки, преміальний сегмент	Високий
Арабська	ОАЕ, Саудівська Аравія, Катар	Локальні тендери, взаємодія з дистриб'юторами	Середній
Іспанська	Чилі, Бразилія, Колумбія	Південна Америка, імпортозаміщення, високі маржі	Середній
В'єтнамська	В'єтнам	Потенційний ринок в Азії	Низький (за потреби)
Індонезійська	Індонезія	Потенційний ринок в Азії	Низький (за потреби)
Малайська	Малайзія	Потенційний ринок в Азії	Низький (за потреби)

Програма партнерства ARAMIS 2026

“ARAMIS Partner 2026” — бонуси та підтримка дилерів і інтеграторів
Брендове гасло: *European Engineering Precision with Ukrainian Innovation*

1. Мета програми

- Збільшити продажі ARAMIS на ключових ринках Європи та світу.
 - Мотивувати дилерів та інтеграторів на активний розвиток клієнтської бази та участь у маркетингових активностях.
 - Підвищити технічну компетентність партнерів через Aramis Academy.
-

2. Основні категорії бонусів

Категорія продажу / KPI	Порог досягнення	Бонусна ставка	Коментарі
Місячний оборот	50 000–100 000 €	10%	Бонус на чисту маржу від продажів
Місячний оборот	>100 000 €	12–15%	Поступове збільшення бонусу за великі угоди
Нові клієнти B2B	5–10 клієнтів / місяць	500–1000 € за клієнта	За залучення нових партнерів чи виробничих компаній
Просування Aramis Academy	Участь 3+ співробітників у місяць	5% від обороту за навчання	Стимулює участь у навчанні та сервісі
Виставки / демо-дні	Організація стенду / demo-day	1000–2000 €	За участь у MSV Brno, EuroBLECH, ITM Poznań тощо

Схема workflow: LinkedIn Sales Navigator (це платна функція LinkedIn) + HubSpot CRM

Етап	Інструмент	Дія	Результат
1	LinkedIn Sales Navigator	Визначаєте цільові сегменти: країна, індустрія, посада, розмір компанії	Список релевантних потенційних клієнтів
2	LinkedIn Sales Navigator	Додаєте контакти у списки (Leads), додаєте нотатки та теги	Контакти структуровані за етапами взаємодії
3	LinkedIn Sales Navigator → HubSpot CRM	Експортуєте контакти через інтеграцію або CSV	Контакти з LinkedIn потрапляють у HubSpot для подальшої роботи
4	HubSpot CRM	Створюєте сегменти для email-кампаній (наприклад, дилери, інтегратори)	Цільові групи готові до персоналізованої комунікації

5	HubSpot CRM	Налаштовуєте автоматичні серії email: • Лист 1: коротка презентація ARAMIS • Лист 2: кейс з успішним впровадженням • Лист 3: запрошення на вебінар / демо-день	Автоматизована email-кампанія
6	HubSpot CRM	Відстежуєте відкриття листів, переходи на сайт, відповіді, конверсії	Аналітика ефективності, розуміння інтересу потенційних клієнтів
7	Менеджери ARAMIS	Зв'язуються особисто з контактами, які відкрили листи і відповіли	Підвищення конверсії у зустрічі та запити на продукцію

Сценарій 1. Максимальний (повне виконання плану)

Категорія	Дії	Орієнтовна вартість (€)
PPC-реклама (Google Ads + LinkedIn Ads)	Запуск кампаній у ЄС, UK, B2B	18 000
Контент	Відео, 3D-анімації, кейси клієнтів	5 000
LinkedIn + HubSpot CRM	Підписка Sales Navigator + HubSpot	4 000
Виставки / Demo-days	MSV Brno, EuroBLECH, ITM Poznań + локальні демо	40 000
Партнерська програма (бонуси, навчання)	Бонуси 10–15%, навчання, каталоги	20 000
PR та медіа	Статті, банери, промо	5 000
Разом		92 000–100 000

Переваги: повне охоплення ринків, максимальне залучення партнерів, швидкий вихід на міжнародний ринок.

Сценарій 2. Оптимізований (економний, але ефективний)

Категорія	Дії	Орієнтовна вартість (€)
PPC-реклама	Таргетована кампанія тільки по ключових країнах (Чехія, Польща, Німеччина)	10 000
Контент	Короткі відео, кейси, 3D-анімації для сайту	3 000
LinkedIn + HubSpot CRM	Мінімальна підписка Sales Navigator + CRM	2 000
Виставки / Demo-days	1–2 ключові виставки + локальний demo day	20 000
Партнерська програма	Бонуси + матеріали (скорочений варіант)	10 000
PR та медіа	Статті, банери, прес-релізи	3 000
Разом		48 000–50 000

Переваги: значна економія бюджету, фокус на найперспективніших ринках, поступове масштабування програми.

Графік бюджету на 6 місяців (оптимізований)

Місяць	Основні активності	KPI	Бюджет (€)
Місяць 1 – Аналіз і позиціонування	Конкурентний аналіз, SWOT, локалізація сайту (чеська, німецька), SEO	Завершений маркетинговий аналіз, структура сайту, бренд-гайд	4 000
Місяць 2 – Запуск бренду в ЄС	PPC Google/LinkedIn, створення коротких відео та кейсів, LinkedIn-сторінка, PR-статті	3 000 переходів з реклами, 50 запитів через сайт, 10 контактів	8 000
Місяць 3 – Партнерська програма	Запуск “ARAMIS Partner 2026”, email-кампанія через LinkedIn + HubSpot, вебінар, каталоги	5 нових дилерів, 100 контактів після вебінару, +15 запитів на дистрибуцію	9 000

Місяць 4 – Демонстрації і виставки	1 ключова виставка + локальний demo day, відеоекскурсія, інфлюенсери	300+ відвідувачів стенду, 10 попередніх угод, 5 публікацій	12 000
Місяць 5 – Продовження партнерської роботи	Підтримка дилерів, навчання через Aramis Academy, онлайн вебінари	10–15 нових лідів, участь 3+ співробітників у навчанні	8 000
Місяць 6 – Підсумковий PR та розширення	Підсумкові PR-матеріали, підведення результатів кампанії, підготовка до наступного кварталу	20–30 лідів, 1–2 потенційні угоди, звіт для керівництва	9 000

Якщо бюджет сприймають як «занадто дорогий», **для старту можна реально залишити мінімальний набір дій**, щоб почати отримувати результати без великих інвестицій. Я би пропонувала так:

Мінімальний стартовий пакет (≈20–25 000 €)

Категорія	Дії	Орієнтовна вартість (€)	Чому важливо на старті
PPC-реклама	Таргетована кампанія тільки по ключових країнах (Чехія, Польща, Німеччина)	5 000	Генерує перші ліди та контакти, перевіряє ринок
Контент	2–3 коротких відео + кейси для сайту і LinkedIn	2 000	Показує експертизу, підвищує конверсію PPC
LinkedIn + HubSpot CRM	Мінімальна підписка, інтеграція контактів, перші email-кампанії	2 000	Автоматизація лідів, персональний контакт із потенційними дилерами
Виставка / Demo-day	1 ключова виставка (наприклад MSV Brno) + локальний demo day	10 000	Фізична присутність, створення довіри, перші угоди
Партнерська програма	Бонуси + матеріали у скороченому форматі	5 000	Початок формування партнерської мережі
PR та медіа	1–2 статті, банери, прес-реліз	1 000	Підвищення впізнаваності, підготовка до масштабування

Принцип роботи

1. Старт з **ключових ринків** (Чехія, Польща, Німеччина)
 2. Тестування **PPC та контенту** для перевірки попиту
 3. Запуск **однієї виставки + demo day** для створення репутації
 4. Паралельно **запуск скороченої партнерської програми** та email-кампаній
 5. Збираються перші KPI (ліді, контакти, запити) → на основі результатів масштабування
-

Порівняння лазерних систем: ARAMIS та міжнародні конкуренти

Параметр	ARAMIS (Україна/Чехія)	Bodor (Китай)	Bystronic (Швейцарія)	Trumpf (Німеччина)	HSG (Китай)	Mazak (Японія)
Точність різання	Так, лінійні двигуни	Середня	Висока	Висока	Середня	Висока
Сервіс та підтримка	Так, 9-рівнева система	Обмежений	Стандартний	Професійний	Стандартний	Професійний
Навчання партнерів	Так, Aramis Academy	Ні	Обмежено	Так	Обмежено	Так
Гнучкість замовлень / кастомізація	Так, адаптація	Обмежена	Середня	Обмежена	Обмежена	Середня
Ціна / вартість	Так, доступніша при високій якості	Вища	Вища	Висока	Середня	Висока
Європейськ а сертифікація	Так, CE	Так	Так	Так	Так	Так
Підхід до партнерів	Преміальний, але з фокусом на практичність і доступність, бонуси, вебінари, навчання	Стандартни й: базова підтримка, обмежене навчання	Стандартний/ преміальний: навчання, маркетингові матеріали	Преміальний: високий рівень підтримки, ексклюзивні угоди	Стандартний: базова підтримка	Преміальний: високий рівень підтримки, ексклюзивні угоди

Структурована таблиця можливостей партнерства ARAMIS з міжнародними конкурентами на B2B ринку лазерного обладнання:

Конкурент	Можливі форми партнерства	Цінність для ARAMIS	Цінність для конкурента	Основні ризики	Коментарі
G-WEIKE Laser	1. Referral / передача лідів 2. Спільні демо на виставках 3. Інтеграція софту	Отримання нових клієнтів через рекомендації Можливість показати сумісність з популярним обладнанням	Підвищення цінності свого верстата через сумісний софт Демонстрація рішення «під ключ»	Конфлікт інтересів, якщо ARAMIS стане прямим конкурентом їхнього ПО	Краще позиціонувати ARAMIS як нейтральне ПО, сумісне з будь-яким обладнанням
MORN LASER	1. Спільні вебінари та навчання 2. White-label інтеграція 3. Referral	ARAMIS отримує публічне просування через вебінари Потенційний доступ до міжнародної аудиторії	Підвищення експертності бренду через спільне навчання Можливість запропонувати клієнтам готове рішення	Клієнти можуть сприймати ARAMIS як заміну ПО конкурента	Орієнтуватися на автоматизацію та оптимізацію процесу, не замінюючи обладнання

BODOR LASER	1. OEM-партнерство 2. Виставкові колаборації 3. Публікації кейсів спільного використання	Можливість включити ARAMIS у комплектацію верстатів як «value-add»	Збільшення продажів верстатів через готове ПО для контролю та оптимізації	ОЕМ-контракт може обмежити прямі продажі ARAMIS клієнтам Bodor	Важливо юридично обговорити область застосування ПО та не закривати інші ринки
HSG Laser	1. Referral 2. Спільні демонстрації 3. Вебінари з оптимізації виробництва	Розширення охоплення клієнтів в Азії та Європі	Клієнти бачать додаткову цінність верстата	Низька готовність конкурента до співпраці, можливий скепсис	Позиціонувати ARAMIS як універсальний інструмент оптимізації
Trotec Laser	1. Спільні демо та онлайн-контент 2. Інтеграція софту 3. Referral	Доступ до європейської аудиторії Просування через бренд з сильним авторитетом	Підвищення цінності продукту через сумісну автоматизацію	Ризик конкуренції у сегменті лазерного ПО	Орієнтуватися на гравірування та дрібносерійну продукцію, щоб не конкурувати з основним обладнанням

ARAMIS – 6 місяців: ключові показники та дії

1 KPI за місяцями

Місяць	KPI	Ціль
1 – Аналіз	Конкурентний аналіз, бренд-гайд, SEO	Готовність до виходу на ринок ЄС
2 – Запуск	3 000 переходів, 50 запитів, 10 партнерів	Потік міжнародних лідів
3 – Партнери	5 нових дилерів, 100 контактів після вебінару	Розширення мережі партнерів
4 – Виставки	300+ відвідувачів, 10 попередніх угод	Підвищення впізнаваності
5 – Підтримка	10–15 нових лідів, 3+ навчання співробітників	Активність дилерів
6 – Підсумок	20–30 лідів, 1–2 потенційні угоди	Оцінка ефективності кампанії

2 Основні ризики та мінімізація

Ризик	Вплив	Мінімізація
Валютні коливання	Зменшення маржі	Валютні рахунки, hedge
Логістика	Затримка поставок	Склади в Чехії, альтернативні маршрути
Сертифікація	Затримка виходу на ринок	Експертна підтримка
Конкуренція	Втрата частки ринку	Якість, сервіс, Aramis Academy
Політичні/військові	Нестабільність бізнесу	Диверсифікація ринків

3 Сертифікація та стандарти

Сертифікат	Статус	Відповідальний	Термін
ISO 9001	Оновлення	Відділ якості	до кінця 2025
CE (LVD, EMC, Machinery)	Документація готова	Техвідділ	Перед виходом на ринок
EAC	Діє	Відділ експорту	Підтримка актуальності
ISO 14001 / ISO 45001	Потенційно	QHSE	Для посилення позицій у ЄС

4 Дії для керівництва

1. Затвердити бюджет на 6 місяців.
2. Призначити відповідальних за сертифікацію та техдокументацію.
3. Погодити участь у виставках та demo-days.
4. Запустити програму “ARAMIS Partner 2026” з бонусами 10–15 %.
5. Підтримати цифровий маркетинг (PPC, LinkedIn, HubSpot).