



POSITIVE EXPORT EXPERIENCE

**modello di riferimento per
vendere all'estero con
maggiore profitto**

Padova | 14 novembre 2016

Il mercato mondiale è stato caratterizzato negli ultimi anni da diversi cambiamenti; notevoli trasformazioni si sono verificate nella domanda, nel sistema distributivo, nella gestione delle comunicazioni, nei trasporti, nei modelli economici e nelle strutture politiche.

Vendere all'estero non è solo una nuova opportunità, ma una scelta obbligata per molte aziende impegnate nel assicurare continuità al proprio business e assicurarsi un futuro.

- *Fasso tutto mi...* un paio di fiere e i clienti arrivano da soli.
- Mio nipote si sta laureando in ingegneria e siccome al liceo ha studiato inglese sta facendo una ricerca su internet...
- Vado in «missione» con altri imprenditori...
- EmailSpam... EmailSpam... EmailSpam... e per la teoria dei grandi numeri, qualche contatto arriva...
- Oppure.....

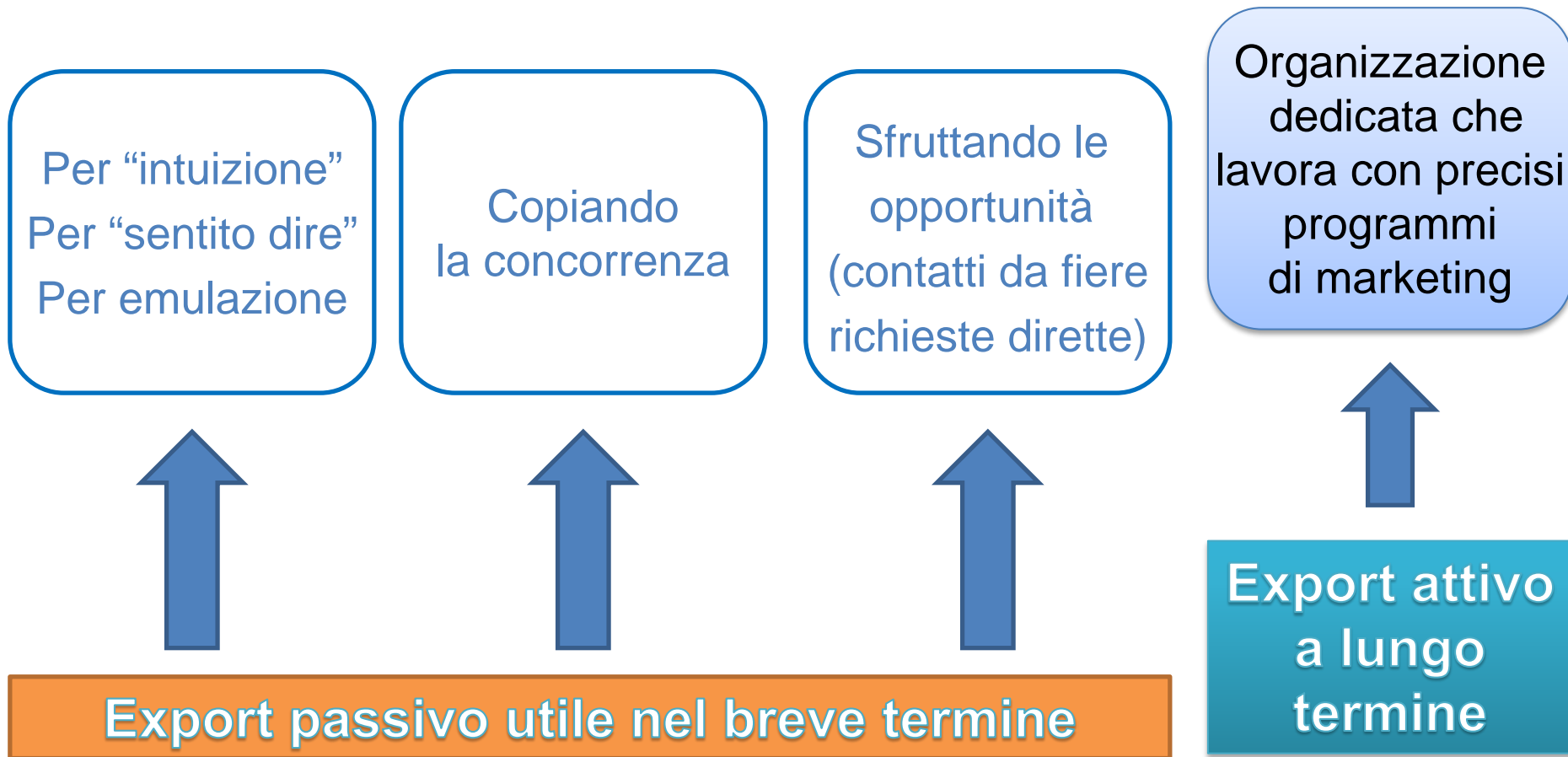
**Costruisco un sistema che mi permetta di vendere all'estero
in modo strutturato, continuativo e con minori rischi.**

- Non si fa export inviando un «export manager» (venditore) in giro per il mondo a cercare clienti con una valigetta piena di cataloghi e campioni;
- Non si fa export affidando ad un «export temporary manager» l'incarico di trovare e gestire i clienti (outsourcing);

E' tutta l'azienda che deve andare all'estero

INTERNAZIONALIZZAZIONE

Internazionalizzazione | export attivo e passivo

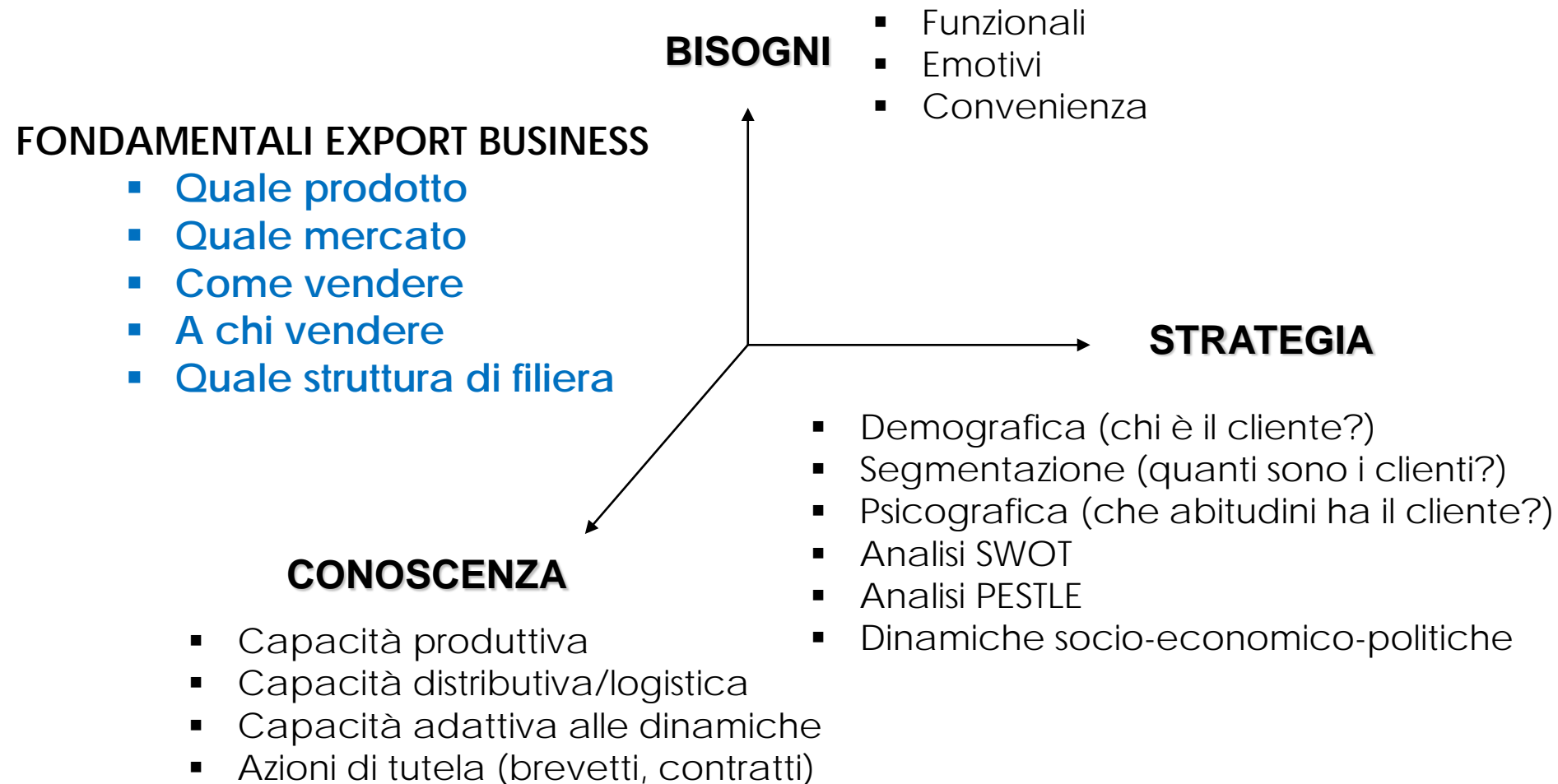




- Capacità industriale, logistica e commerciale;
- Capacità di comunicare nel rispetto della sensibilità dei diversi paesi;
- Capacità di comprensione e presidio delle dinamiche politiche e socio-economiche dei diversi mercati esteri;
- Struttura interna dedicata (ufficio export);
- Struttura organizzativa aziendale flessibile;
- Ingegneria dei prezzi strutturata per paese.

ANALISI PER DECIDERE

Analisi | fondamentali del business export



SWOT MATRIX		ANALISI INTERNE	
		FORZE	DEBOLEZZE
ANALISI INTERNE	OPPORTUNITA	Quali sono le metodologie che si possono sfruttare I punti di forza dell'azienda	Quali sono le debolezze dell'azienda che devono essere eliminate
	MINACCE	Individuare tutti i Punti di forza aziendali per contrastare le minacce	Sviluppare consapevolezza delle minacce che potrebbero mettere in difficoltà l'azienda

Variabili caratterizzanti il paese / mercato obiettivo dell'export

Politica

Economia

Società

Tecnologia

Legislaazione

Ecologia

INFORMAZIONI PER DECIDERE

- **Informazioni**
- (servono a prendere) **Decisioni**
- (che si concretizzano in) **Azioni**
- (che necessitano di) **Controllo**



LA SCHEDA PAESE

- caratteristiche generali del paese
- fattori demografici
- stili di vita
- competitor locali e non
- marche presenti
- normative relative al prodotto
- normative relative all'importazione
- strutture distributive
- mezzi di comunicazione di massa e loro fruizione
- normative relative alla comunicazione
- potenzialità del mercato

Si possono trovare gratuite o a pagamento distinguono in:

- Schede in italiano destinate ad aziende italiane (attendibili ma poco aggiornate);
- Schede in inglese originate nel paese oggetto di indagine (di parte);
- Schede di “terze parti” (abbastanza care ma aggiornate)

Possono essere complesse, articolate, statistiche, analitiche, dettagliate con focus diversi ma sono comunque indispensabili

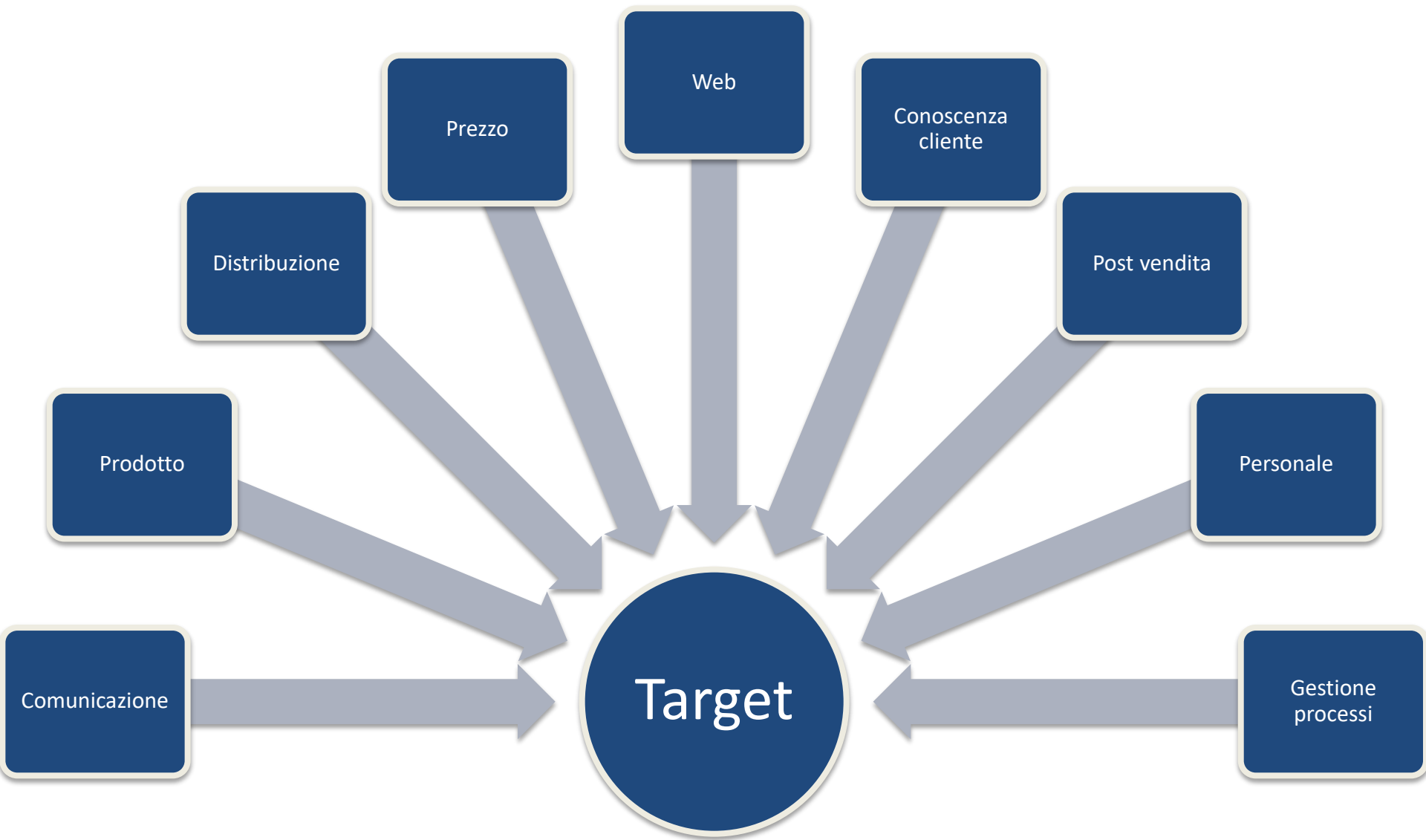
Informazioni | link utili per trovare informazioni

- <http://www.nationmaster.com/index.php>
- www.mondimpresa.it
- www.ice.it
- www.informest.it
- www.italasia.it
- [Sistemamodaitalia - Studi e ricerche - Note congiunturali](#)
- www.coeweb.istat.it
- www.mercatiaconfronto.it
- <https://www.cia.gov/library/publications/resources/the-world-factbook/index.html>
- www.intracen.org

Informazioni | link utili per trovare informazioni

- www.databank.it (italiano)
- <http://www.researchandmarkets.com/>
- <http://www.marketresearch.com/>
- <http://www.rncos.com/>
- <http://www.marketsmonitor.com/>
- <http://www.proquest.com/>
- <http://www.internationalbusinessstrategies.com>
- <http://www.italtrade.com/index.htm>
- <http://www.assocamerestero.it/Sito/>
- <http://www.mglobale.it/>
- <http://www.italtrade.com/countries/links/links31.htm#5>
- <http://www.aicebiz.com/it/associazioni/categoria/aice/it/>
- <http://www.infomercatiesteri.it/>
- <http://www.newsmercati.com/>

PIANO MARKETING INTERNAZIONALE



ANALISI

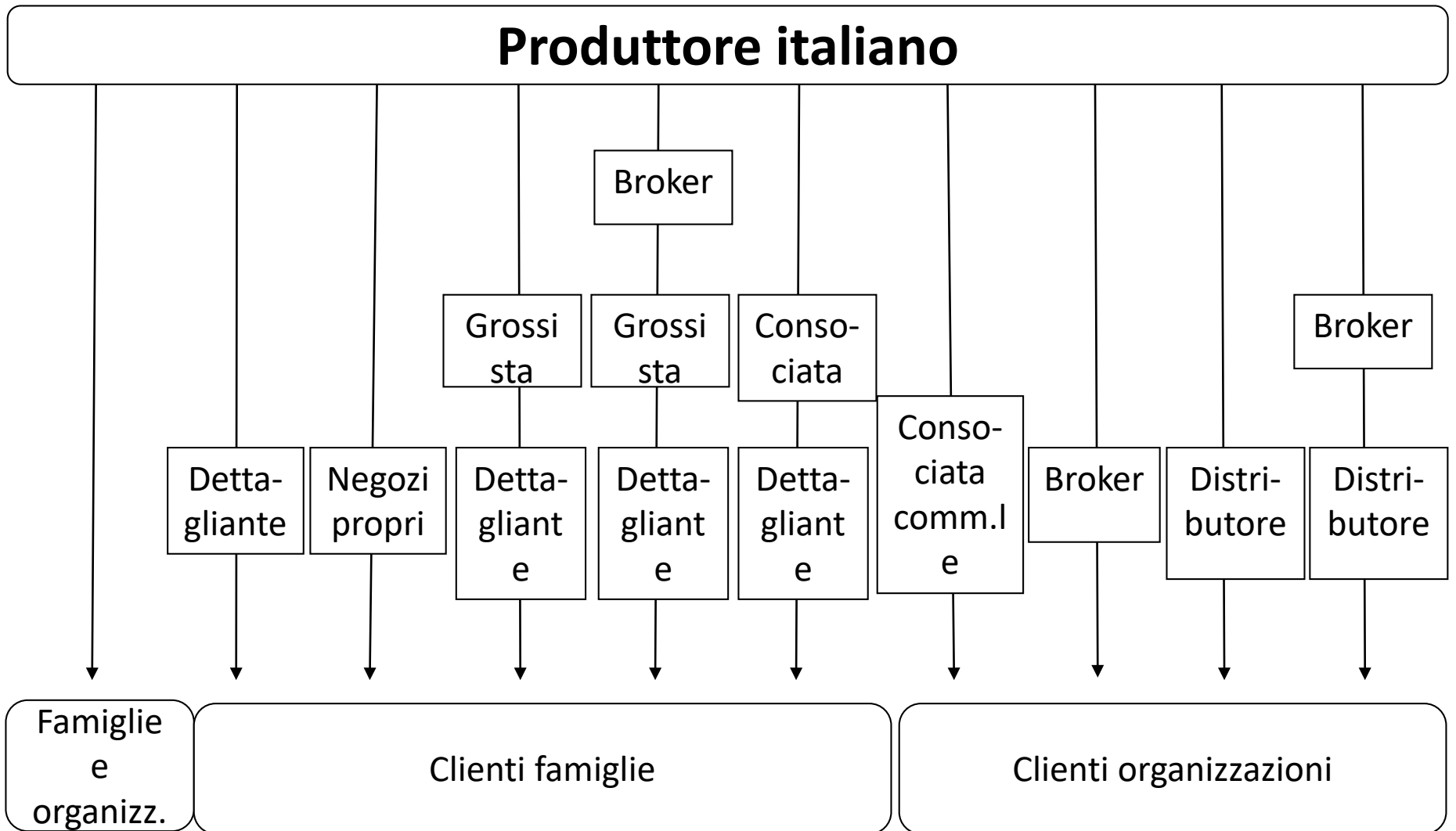
- Chi siamo
- Cosa possiamo fare
- Ricerca e valutazione opportunità nei mercati e paesi
- Scelta delle priorità
- Competitor
- SWOT
- PESTLE

PIANIFICAZIONE

- Marketing operativo
- Budgeting eco-fin
- Organizzazione
 - Commerciale
 - Logistica
 - Produttiva
- Definizione canali distribuzione
- Strumenti e strategia di comunicazione online e offline

PROGRAMMAZIONE

- Chi fa
- Cosa e come
- Entro quando
- Con quali risorse
- Per ottenere ...
- Per raggiungere ...



Piano di mktg | struttura generale del piano

- Risultati dell'analisi paese, di settore e della ricerca di mercato
- Raccordo con piano domestico
- Obiettivi aziendali
- Obiettivi di marketing
- Budget generali e particolari
- Segmentazione e posizionamento
- Strategia di prodotto, prezzo, distribuzione e comunicazione
- Organizzazione rete vendita e/o distributiva
- Programmazione attività di controllo

POSITIVE EXPORT EXPERIENCE

- P.E.E. è un innovativo servizio di consulenza e formazione che aiuta gli imprenditori a RENDERSI AUTONOMI per:
 - Costruire la funzione export più adatta al business;
 - Definire le strategie commerciali maggiormente adatte di approccio ai diversi mercati in relazione alle proprie risorse;
 - Trovare e mantenere i clienti esteri;
 - **Dare la necessaria e giusta continuità al proprio business;**
 - **Vendere con maggiore profitto e minori rischi.**

Positive Export Experience

ANALISI DEL MERCATO

- Selezione dei mercati
- Desk research
- Geomarketing analysis
- Analisi di profondità rapporto prodotto/mercato
- Analisi di mercato

ORGANIZZAZIONE

- Struttura interna
- Strumenti operativi
- Risorse online e offline

DOVE INTERNAZIONALIZZARE

- Un solo mercato
- Più mercati

SCELTE DI MARKETING MIX

- Prodotto
- Comunicazione
- Distribuzione
- Prezzo (ingegneria di pricing internazionale)

COSTRUZIONE RETE VENDITA

- Selezione e formazione rete vendita interna ed esterna

CONTROLLO ATTIVITA'

- Controllo "adattamento" prodotto
- Aspetti organizzativi
- Valutazione performance
- Organizzazione risorse

POSITIVE EXPORT EXPERIENCE

VENDERE PRODOTTI/SERVIZI SUI MERCATI ESTERI

aiutiamo le imprese a passare da una logica di prodotto alle logiche di processo

- **BUSINESS POTENTIALITY**

La segmentazione e la ricerca dei clienti per mercati e segmenti.

- **SALES PRICING STRATEGY**

Ingegneria di pricing per i vari mercati esteri.

- **SALES NETWORK**

Ricerca, selezione, addestramento rete vendita diretta ed indiretta. Strutturazione, organizzazione e formazione della funzione EXPORT all'interno dell'azienda.

- **SALES STRATEGY & MARKETING PLAN**

Stesura piano di marketing internazionale sincronizzato con il piano di marketing domestico. Definizione obiettivi di marketing e commerciali.

- **SALES CONTROLL**

Il controllo dell'attività e dei risultati derivanti dall'export comparati con le reali potenzialità dei singoli mercati.

**GRAZIE E BUONE VENDITE
ALL'ESTERO!**

