



Definiamo strategie e
metodi personalizzati
per affermarsi all'estero

I Benefici per la tua azienda:

- Crescita fatturato e margini unitari
- Diversificazione delle fonti di ricavo
- Aumento della Competitività
- Pagamenti tutelati e veloci

EXPLORATO
MERCATI INTERNAZIONALI

A CHI SI RIVOLGE?

A tutte le aziende che desiderano entrare o consolidare la propria presenza sui mercati internazionali.

LE FASI DI LAVORO

FASE 1

Diagnosi

Verifichiamo **INSIEME** all'azienda le reali motivazioni che la spingono a intraprendere un percorso di internazionalizzazione.

Analizziamo le capacità e competenze dell'azienda in tema di commercio internazionale.

L'export, infatti, non può essere affrontato come un tentativo, ma necessita di **pianificazione** e scelte di lungo termine per produrre i suoi effetti.

Infine, fissiamo l'agenda degli incontri "tecnici" con il personale interno, per comprendere la situazione attuale, gli interventi necessari e le potenzialità dell'azienda.

FASE 2

Redazione Piano di Marketing Internazionale

Documento che risponde a quattro semplici domande:

1. CHI SONO?
2. DOVE POSSO ANDARE?
3. COSA DEVO FARE?
4. QUANTO DEVO INVESTIRE?

Redatto a stretto contatto e in piena collaborazione con il management, il piano fornirà all'azienda un quadro preciso dei mercati a più alto potenziale, gli obiettivi perseguibili, i necessari adattamenti richiesti dal contesto Paese, nonché la strategia in termini di prezzo, prodotto, promozione e distribuzione.



Una sezione specifica riguarderà l'identificazione e organizzazione di fiere e missioni commerciali; in tale ottica, particolare attenzione sarà data alla pianificazione finanziaria.

Per ciascuna azienda verranno inoltre individuati tutti gli **incentivi disponibili** per finanziare i programmi di sviluppo internazionale.

Una volta completato, il piano sarà sottoposto all'attenzione del management per opportuna valutazione, eventuale modifica e approvazione.

FASE 3

Implementazione del Piano

Ottenuta l'approvazione, Mendelsohn supporterà il cliente nel rendere operative le strategie e i metodi concordati.

LE ATTIVITÀ PREVISTE

- Ricerca e identificazione mercati target
- Definizione del piano di marketing internazionale
 - a. Personalizzazione del prodotto al contesto internazionale
 - b. Consulenza normativa
 - c. Identificazione, organizzazione, partecipazione a fiere
- Ricerca partner, distributori, agenti, personale locale

RAGIONI PER ESPORTARE

- » In Italia c'è crisi dei consumi e difficoltà nei pagamenti.
- » L'Italia rappresenta da sola meno dell'1% della popolazione ed il 2,3% del PIL mondiale.
- » L'export migliora la redditività
- » L'export garantisce maggiore stabilità nel lungo termine attraverso la diversificazione e **l'ampliamento della clientela**.
- » Diventare "internazionali" è un fattore di crescita non solo degli indici finanziari, ma è anche un **fattore di innovazione** grazie al confronto con mercati e culture diverse.
- » Estendere le proprie attività su mercati NON saturi può consentire, nel medio termine, di raggiungere **importanti economie di scala**, con ricadute positive anche sulla competitività a livello nazionale.
- » L'export è fattore di destagionalizzazione.
- » L'export è uno strumento per **ottimizzare la gestione** delle produzioni e dei magazzini.

RETI DI IMPRESA

- Progettazione, costruzione e coordinamento contratti di rete.
- Marketing di filiera.
- Apertura di uffici temporanei.