

MARKETING INTERNAZIONALE



MARKETING



VENDITA

UN METODO PER LE PMI

ANALISI



PRIMA
STRATEGIA



PIANO
D'AZIONE

VENDITA



NUOVA
STRATEGIA



PIANO
D'AZIONE

ANALISI DI MASSIMA

CANALI DI
DISTRIBUZIONE



MERCATI
ESTERI

PRIMA STRATEGIA E PIANO D'AZIONE



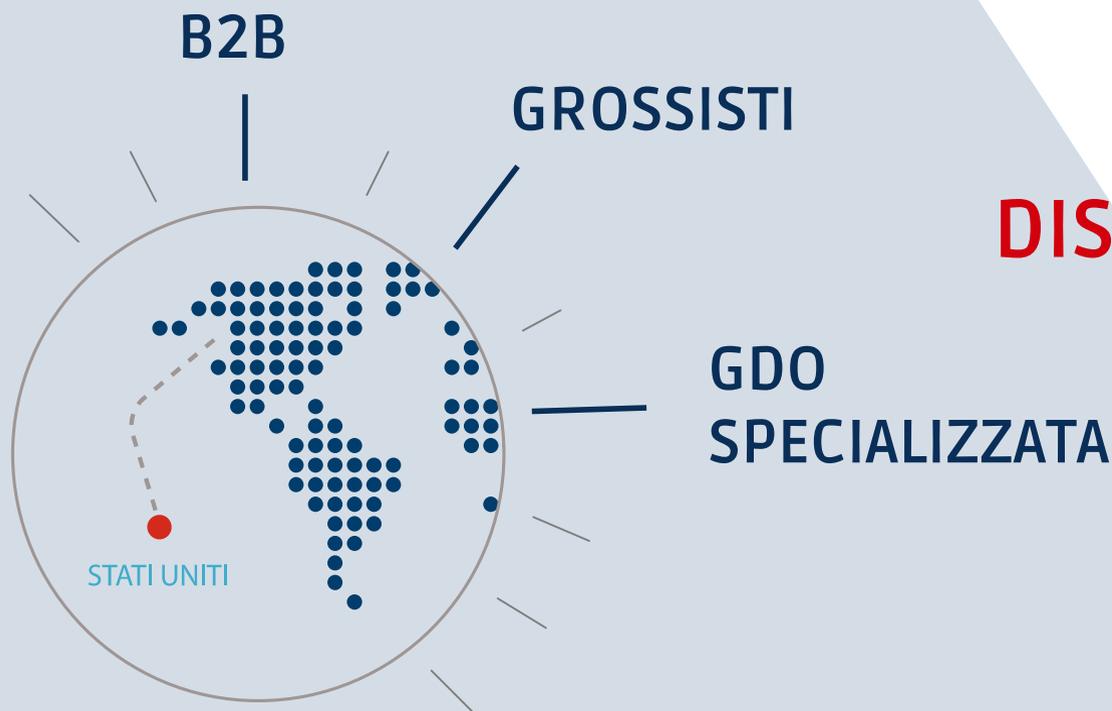
**ANALISI DEI
MERCATI
OBIETTIVO**

PRIMA STRATEGIA E PIANO D'AZIONE



**SCELTA
DEL/DEI
MERCATI**

PRIMA STRATEGIA E PIANO D'AZIONE



SCELTA DEI CANALI DI DISTRIBUZIONE

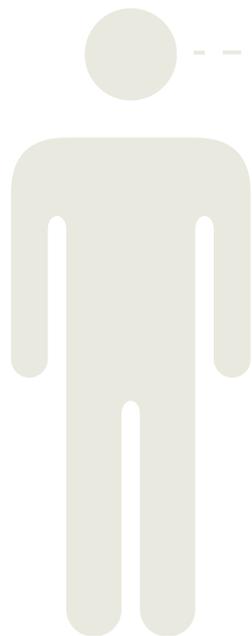
VENDITA

> Trattativa commerciale

> Raccolta informazioni di mercato

**RIDEFINIZIONE
DELLA
STRATEGIA
E DEL PIANO
D'AZIONE
PASSO/PASSO**

VENDITA



*“Fare
marketing
mentre si
vende”*

COMARK
TEMPORARY EXPORT SPECIALIST

International Sales Plan

Rossi & Figli snc



CONTESTO ATTUALE ANALISI STRATEGIA

Introduzione · Prodotti / Mercati / Canali



Contesto attuale: Prodotti

Prodotti attuali
Qui sotto viene raggruppato
il seguito viene riportato
descendente assegnato.**Prodotti correlati/complementari**

Prodotti correlati/complementari

Elenco dei prodotti (e relativi produttori) che normalmente vengono trattati da agenti, distributori e clienti in genere in abbinamento ai prodotti dell'azienda.

I prodotti vengono ordinati secondo il *livello di correlazione/complementarietà* decrescente assegnato.

10. Ferramenta per mobili in genere

Motivo:

Anagrafiche rilevanti: Sinaim SpA (guide per cassetti - RM), Ricciardi snc (maniglie e pomoli per mobili - FI), Sarozzi Srl (cerniere per mobili - BS)

Prodotti di concorrenza indiretta

Elenco dei prodotti (e relativi produttori) che per loro caratteristica soddisfano in modo alternativo i bisogni soddisfatti dai prodotti dell'azienda.

I prodotti vengono ordinati secondo il *livello di concorrenzialità* decrescente assegnato

5. Ruote in ferro e gomma

Motivo:

Anagrafiche rilevanti: Rimoldi srl (MI), Fracassi snc (Bergamo), Ristagni sas (MI)



International Sales Plan

Rossi & Figli snc



CONTESTO ATTUALE

ANALISI

STRATEGIA

Introduzione : Prodotti / Mercati / Canali /



Confronto Mercati sui dati di interscambio commerciale

Qui sotto è possibile analizzare i mercati obiettivo con altri mercati potenziali per aree di mercato (EU, BRICS, NEXT-11, ecc...) e per variabili di interscambio.

I valori dei **Mercati Obiettivo** vengono evidenziati in rosso.

Mercati Obiettivo

Elenco dei mercati
Matrice di analisi
Per ogni mercato
hanno contribuito



Altri Mercati

Elenco degli altri mercati
ma non selezionati



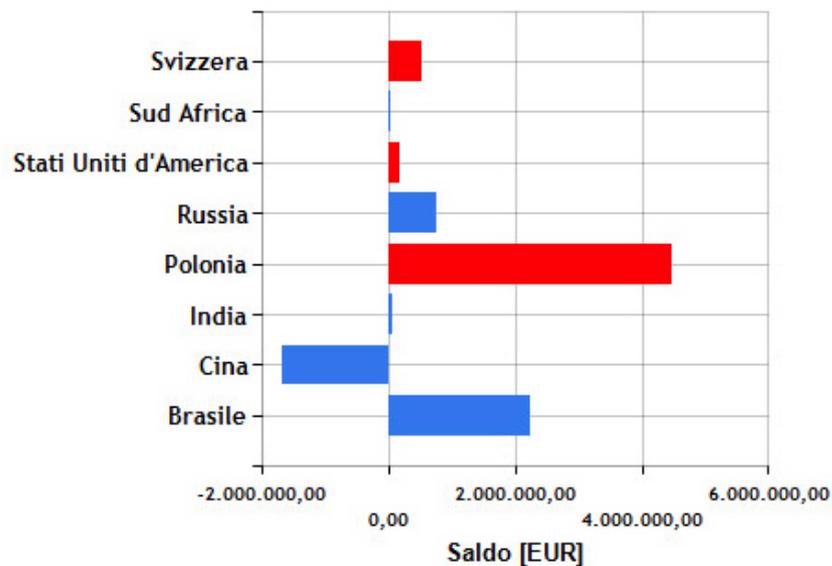
Interscambio IT/M.do - Indice di:

Saldo

Confronta i Mercati Obiettivo con: Tutti i Mercati Potenzialmente analizzati

Primi Paesi dell'Indice BRICS NEXT-11 UE

Esegui



**International Sales Plan**

Rossi & Figli snc



CONTESTO ATTUALE

ANALISI

STRATEGIA

Introduzione : Prodotti / Mercati / Canali /



Strategia Canali

Il canali distributivi da apprezzare sono contemporaneamente:

- a) i produttori di mobili: per marginalità ed esperienze/reference spendibili dall'azienda;
- b) i Grossisti e Importatori di ferramenta per mobili: per presenza competitors e perchè canale distributivo adatto a fornire sul territor...[\(continua\)](#)

Anagrafica di un potenziale partner commerciale

A seguire l'anagrafica di un potenziale Partner Commerciale corrispondente al mercato obiettivo prescelto e al profilo target del canale di distribuzione ideale delineato.

Detta anagrafica trova origine da un'attività di matching di banche dati di altissimo livello che vengono successivamente perfezionate attraverso azioni telefoniche su campo.

American Terrazzo Company

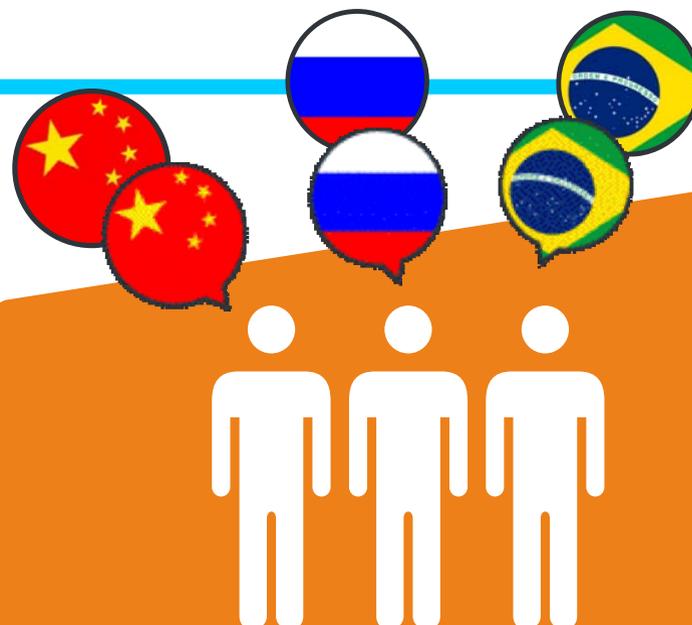
**Canale/Specifica:** Produttore (B2B) / Mobili**Mercato di presenza:** Stati Uniti d'America**Sito WEB:** www.westernstatesterrazzo.com**Rif. Buyer:** John Terrazzo**E-mail:** jt@westernstatesterrazzo.com**Tel.:** +1-415-9211862

CONSOLIDARE ..

.. la presenza sui Paesi maturi con alta crescita e facile approccio garantendosi una copertura geografica, per canali e per prodotti:



PREPARARSI ..



.. ad affrontare i Paesi con alta
crescita e alta difficoltà di
avvicinamento:

CINA (+12%)

BRASILE (+11,3%)

RUSSIA (+9,4%)

ESPLORARE ..



.. mercati di prossima generazione in relazione al settore/prodotto di appartenenza:

FILIPPINE (+10,8%)

ANGOLA (+10,2%)

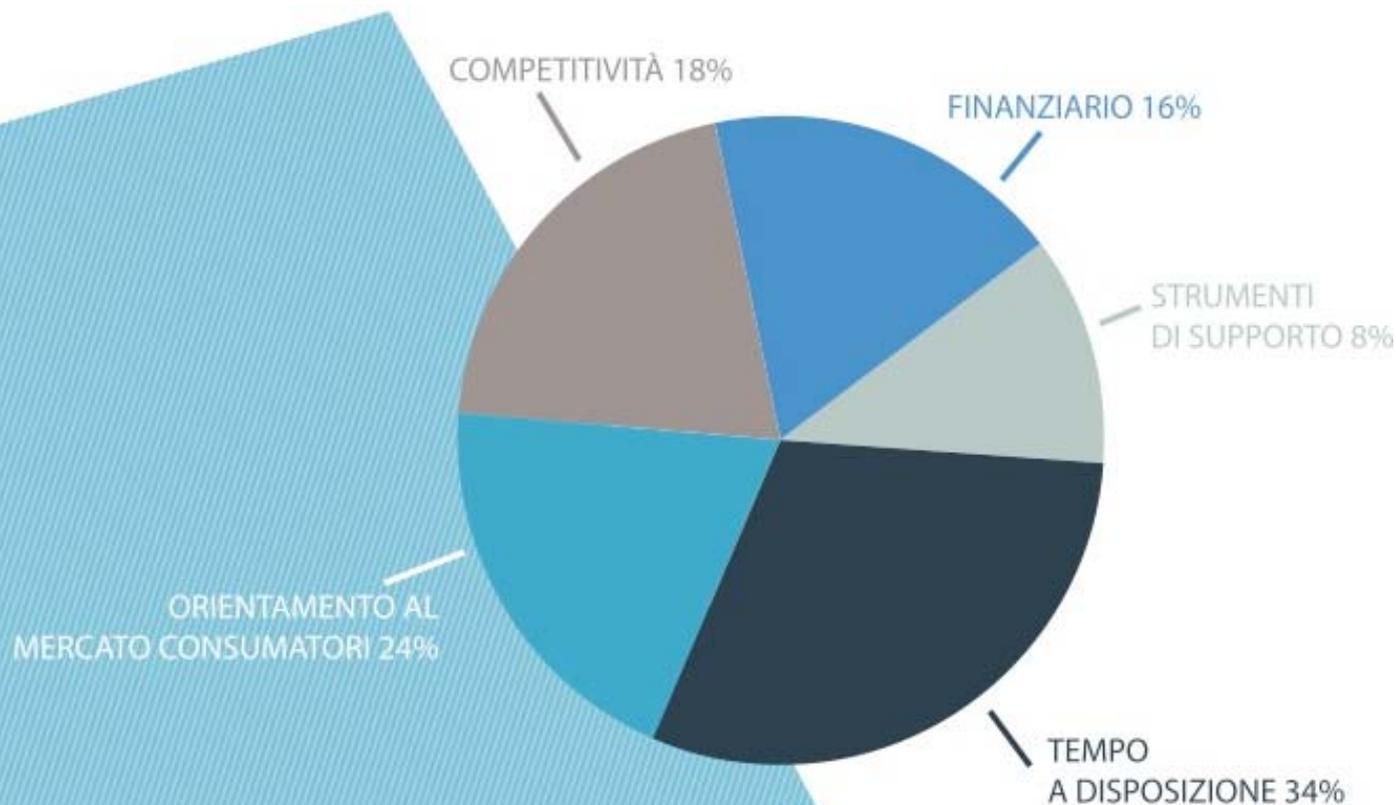
INDONESIA (+10,1%)

QATAR (+9,7%)

MALESIA (+9,6%)

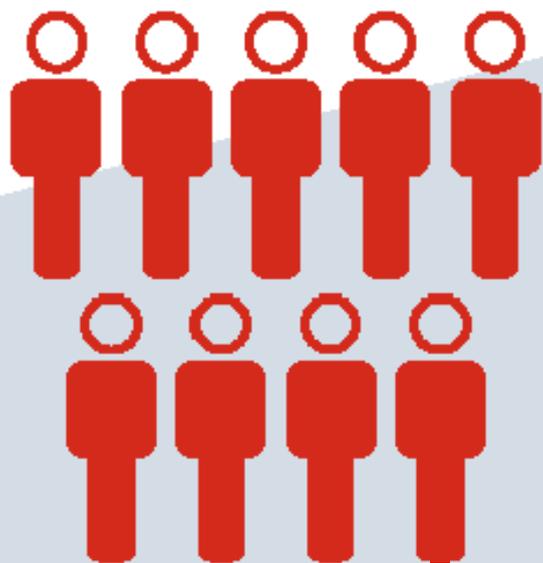
NIGERIA (+9,4%)

CRITICITÀ

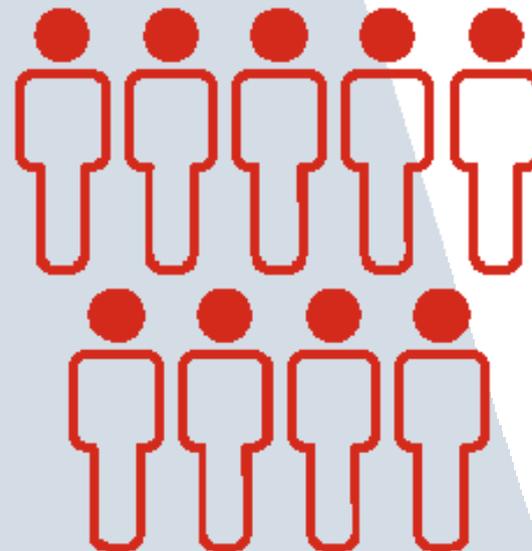


CONCLUSIONI

Collaborazione tra



PUBBLICO



PRIVATO

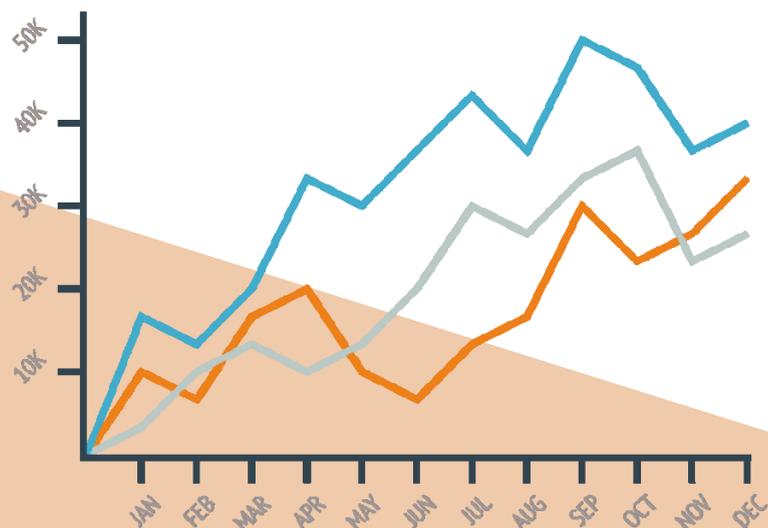
CONCLUSIONI



**FARE E NON
SPIEGARE COSA FARE
E SCOMMETTERSI SUI
RISULTATI**

CONCLUSIONI

consapevolezza che l'internazionalizzazione è un processo necessario, molto complesso e che offre risultati a medio/lungo termine



CO.MARK[®] TEMPORARY
EXPORT
SPECIALIST

Dr. Massimo Lentsch
Co.Mark SpA

Parco Scientifico Tecnologico Kilometro Rosso
Centro delle Professioni
Via Stezzano 87 24126
Bergamo
tel. +39 035 233337 fax. +39 035 217837