piano MAKE

ROADMAP PER

Internazionalizzazione

Come il Made in Italy può conquistare
i mercati esteri con il marketing

PAPER

www.pianomake.it

Questa roadmap in 12 step sintetizza la tabella di marcia secondo cui dovresti muoverti per iniziare ad intraprendere il tuo **processo di internazionalizzazione**.

Ricordati che il processo è lungo e complesso e le prime fasi sono fatte di **analisi** e **ricerca**. Il periodo minimo che dovresti dedicare è di 6 mesi per la preparazione ed un anno per andare a regime.

Indice

Business Strategy

1. Business model canvas
2. Contesto esterno
3. PESTEL del Paese interessato
4. Analisi SWOT
5. Ricerca e analisi competitor
6. Valutazione delle modalità d'ingresso
7. Localizzazione e promozione
8. Ricerca clienti

Rete Commerciale

9. Acquisizione documenti, modelli contrattuali e certificazioni
10. Organizzazione produttiva, magazzino, logistica

Business Development

11. Gestione CRM e follow-up clienti
12. Misurazione dei risultati

Business Strategy

HAI BISOGNO DI:

- Team Marketing
- Strumenti di analisi
- Know-how commerciali
- Know-how linguistici
- Know-how culturali

1. Business Model Canvas

Avere **un quadro chiaro delle risorse** umane, mobili e immobili che hai in azienda rappresenta la base di partenza per intraprendere il percorso commerciale all'estero.

Ecco quello che dovresti **analizzare**:

- **Attività** e **servizi** chiave: quali sono le attività principali della tua azienda?
- **Risorse chiave**: quali sono le risorse mobili, immobili e umane che hai a disposizione?
- **Partner strategici**: chi sono i tuoi fornitori e collaboratori chiave?
- **Struttura dei costi**: quali sono i costi più influenti sulle tue attività?
- **Relazioni con i clienti**: in che modo gestisci il rapporto con i clienti?
- **Segmenti di mercato**: a quale target di rivolgi?
- **Proposta di valore**: qual è il valore che offri ai tuoi clienti?
- **Canali di comunicazione**: in che modo gestisci la comunicazione?
- **Fonti di profitto**: quali sono i servizi e le attività che offri che generano profitto?

2. Analisi di mercato:

contesto esterno

Ci sono false convinzioni sui mercati esteri. Molti credono che gli Stati Uniti siano il primo mercato in cui investire, ma la classifica dei venti paesi dove si esporta più Made in Italy ti dimostra che siamo più amati "in famiglia".
Ti forniamo una **top 20 dei migliori paesi in cui espandere il tuo commercio**, ma ricorda che hai bisogno di fare ricerca paese per paese, in base al tuo settore.

POS.	PAESE	MLN €	PESO %
1	Germania	44.052	12,5
2	Francia	37.005	10,5
3	Stati Uniti	33.174	9,4
4	Svizzera	19.323	5,5
5	Regno Unito	18.527	5,3
6	Spagna	17.899	5,1
7	Belgio	10.429	3,0
8	Polonia	9.897	2,8
9	Cina	9.429	2,7
10	Paesi Bassi	8.833	2,5
11	Austria	7.730	2,2
12	Turchia	6.022	1,7
13	Russia	5.672	1,6
14	Giappone	5.631	1,6
15	Romania	5.620	1,6
16	Repubblica Ceca	4.840	1,4
17	Hong Kong	4.376	1,2
18	Svezia	3.782	1,1
19	Ungheria	3.634	1,0
20	Korea del Sud	3.631	1,0

GEN - SET 2019
Fonte: Mise

Inoltre puoi affidarti a portali ufficiali per cercare informazioni sul volume delle esportazioni e delle importazioni e sui mercati di ciascun paese, nel tuo settore di riferimento:

www.ice.it/it
www.ice.it/it/mercati

3. Analisi di mercato: PESTEL del Paese interessato

Una volta che hai trovato i mercati che ritieni più adatti all'espansione della tua azienda, hai bisogno di studiarli approfonditamente, in tutti e sei i fattori determinanti per il tuo business: **politici**, **economici**, **sociali**, **ambientali**, **tecnologici** e **sociali** (PESTEL).
Organizza una tabella su un file Excel, classificando per ordine di criticità e grado di probabilità ogni informazione che trovi.

Alcuni siti utili:
www.infomercatiesteri.it/
www.weforum.org/

4. Analisi di mercato: SWOT

Nel momento in cui avrai delineato il contesto interno della tua azienda,, incrocialo con il contesto esterno, ovvero la situazione che hai analizzato in ogni paese e individua i **punti di forza** e **debolezza**, le **opportunità** e i **rischi** per la tua "missione".

Organizza la tua analisi in un grafico a quattro quadranti, come nell'esempio della prossima pagina:

Forza

- L'offerta ha una qualità superiore
- Il marketing è adatto a tutte le demografiche
- Gli sconti generano un elevato interesse nel periodo natalizio

Opportunità

- Community crescente
- Nuovo canali emergenti da esplorare
- La presenza media può essere migliorata dando aggiornamenti sul brand

Debolezze

- I competitor sono brand forti e affermati
- Manca una presenza sui social media
- Lo staff ha bisogno di più formazione

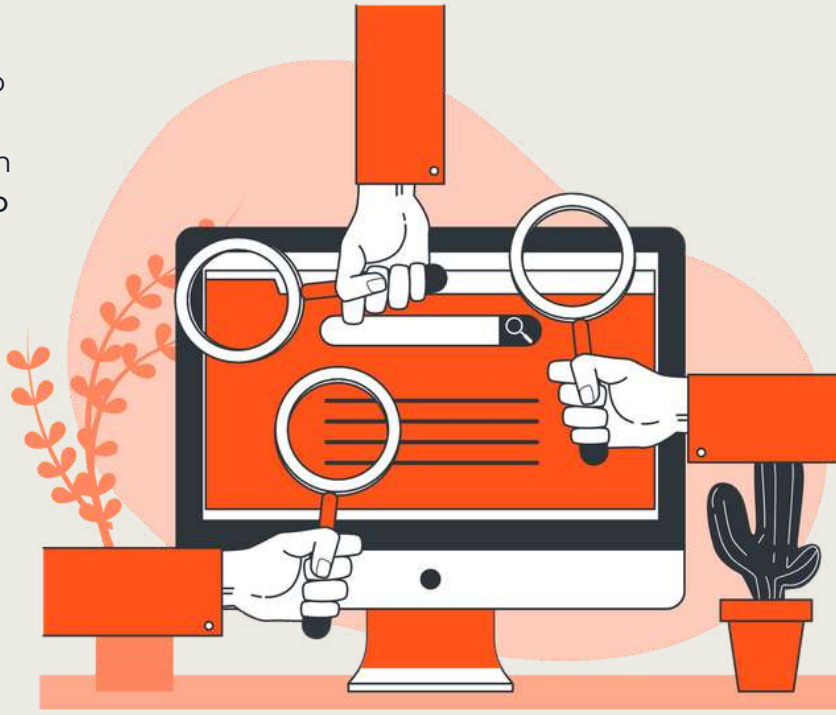
Minacce

- Il costo delle materie prime subisce oscillazioni
- Crisi economica del fornitore principale

5. Analisi di mercato: ricerca e analisi competitor

Dopo le analisi descritte prima, hai bisogno di capire **chi sono i tuoi veri competitor**, e come si stanno muovendo nel tuo Paese target.
Hai necessariamente bisogno di un team di marketing digitale - come noi di **Piano MAKE** - perché servono strumenti avanzati di analisi del mercato.
Ad esempio, noi utilizziamo:
- **VPN** per simulare la nostra presenza fisica in un determinato Paese (i risultati cambiano)
- **software** "**spia**" per stimare i budget pubblicitari impiegati dai concorrenti
- **software** di **analisi** dei volumi di ricerca dei clienti finali

Servono conoscenze delle piattaforme e marketplace usati in ogni Paese e competenze strategiche, per capire quale marketing mix può essere più adatto al tuo progetto.



6. Valutazione delle modalità d'ingresso

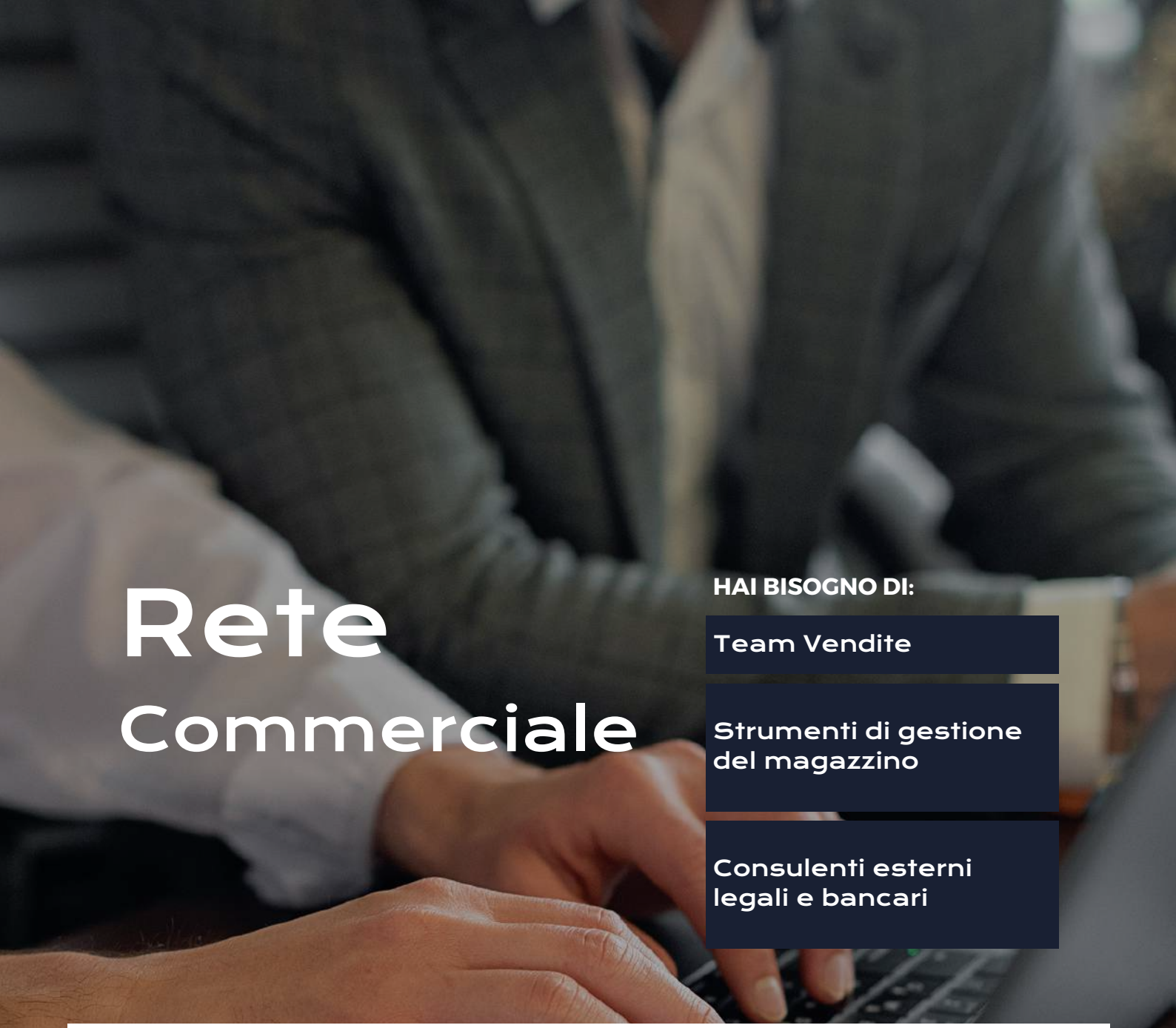
Una delle fasi più delicate, in cui avendo tutti i dati utili in mano puoi finalmente ragionare su quale possa essere **la forma di ingresso più sensata e vantaggiosa** per la tua azienda nel mercato estero.
Mi raccomando: qui si tratta di valutare rischi e grado di controllo sulle attività.
Non lasciare nulla al caso e soprattutto **proteggiti da truffe** o investimenti troppo grandi per la tua azienda.

7. Localizzazione e promozione

Prima di cercare i tuoi clienti, sappi che l'italiano non funzionerà all'estero. E non è detto che il tuo prodotto come lo vendi in Italia sia adatto anche in altri paesi. Progetta una strategia di marketing mirata che tenga conto delle peculiarità linguistiche e culturali del paese target, successivamente modifica il prodotto di conseguenza e avvia le campagne specifiche per il prodotto localizzato. Traduci il tuo sito web, localizza le campagne promozionali, sii presente sui marketplace e le piattaforme pubblicitarie del paese target, studia la concorrenza direttamente dai motori di ricerca locali. **Parla la lingua del paese in cui vuoi esportare!**

8. Ricerca clienti

Finalmente è arrivato il momento che aspetti di più. Non è stato così breve il tragitto, vero? Sicuramente è stato necessario e funzionale, perché ora sai per chi è adatto il tuo prodotto e chi cercare.
Purtroppo, nell'epoca del Digitale 4.0 e della pandemia, non è più così semplice partecipare alle fiere, ma lo strumento che ti viene in aiuto ora più che mai è **internet**.
LinkedIn è il portale migliore per trovare nuovi clienti, per le aziende B2B. Anche **Alibaba ha realizzato nuovi strumenti per l'export**, e una vetrina dei prodotti Made in Italy.



Rete Commerciale

HAI BISOGNO DI:

- Team Vendite
- Strumenti di gestione del magazzino
- Consulenti esterni legali e bancari

9. Acquisizione documenti, modelli contrattuali e certificazioni

Crea un fascicolo per ogni cliente e munisciti di tutti i documenti necessari alla spedizione sicura della tua merce. Eccone alcuni:

- Contratto di compravendita tra le parti contraenti
- Fattura
- Packing List
- Descrizione Tecnica dettagliata
- Certificazioni e registrazioni
- Lettere di vettura
- Bolla di spedizione

Qapla

10. Organizzazione produttiva, magazzino, logistica

Ecco, è arrivato il momento, dati e strategie alla mano, di attivare i reparti di **produzione** e **logistica**. Ora puoi iniziare il tuo lavoro.

Per automatizzare il **tracking** e la stampa delle lettere di vettura, noi utilizziamo Qaplà **(www.qapla.it)** di cui siamo Partner.

Contattaci per valutare come risparmiare tempo e aumentare il fatturato grazie alle email transazionali di Qaplà.

Business Development

HAI BISOGNO DI:

- Team Marketing
- Cruscotti di analisi
- Software CRM

11. Gestione CRM e follow-up clienti

ActiveCampaign Partner

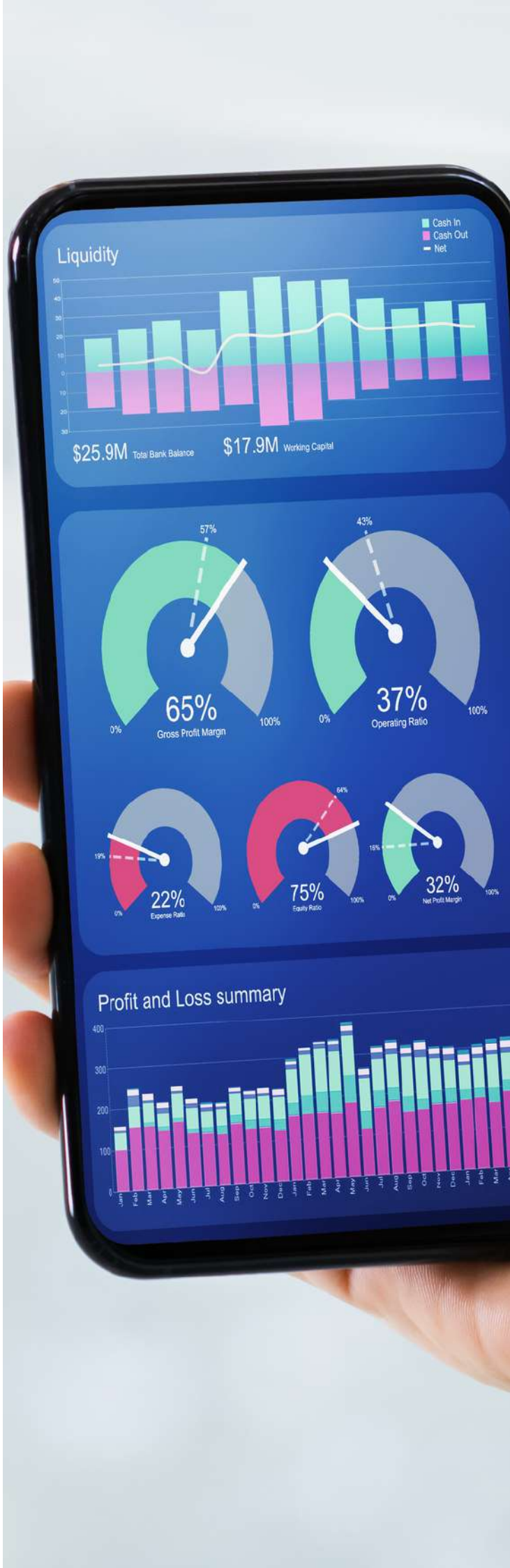
Ogni contratto che chiudi implica l'inizio di un rapporto con il tuo cliente e lo devi curare. Hai bisogno di comunicare con lui per **l'assistenza post vendita**, per rendere più duratura possibile questa relazione, attraverso una comunicazione capillare, promozionale, relazionale. Esistono software dedicati per svolgere queste funzioni e sono i **CRM**.

CRM = software che funzionano con automazioni di post vendita e follow up che ti fanno risparmiare una marea di tempo e incrementano le tue vendite. Noi in Piano Make siamo partner di ActiveCampaign e ci occupiamo di configurare CRM per i nostri clienti.

12. Misurazione dei risultati

Dopo aver condotto ricerche, implementato un **piano di marketing strategico**, monitorato l'andamento delle performance e acquisito risultati, è ora di misurarli. Solo **l'analisi dei risultati** ti rivelerà se ti stai muovendo verso la direzione giusta o meno. Così puoi individuare azioni di successo e problematiche da risolvere, intervenendo con un nuovo piano strategico. Questo è l'auditing, la fase finale di un circolo virtuoso che si chiama **Internazionalizzazione**.

Noi in Piano Make creiamo cruscotti personalizzati per i nostri clienti, aggiornati in real-time attraverso software avanzati di Data Storytelling come Databox, di cui siamo partner.



ROADMAP

Internazionalizzazione

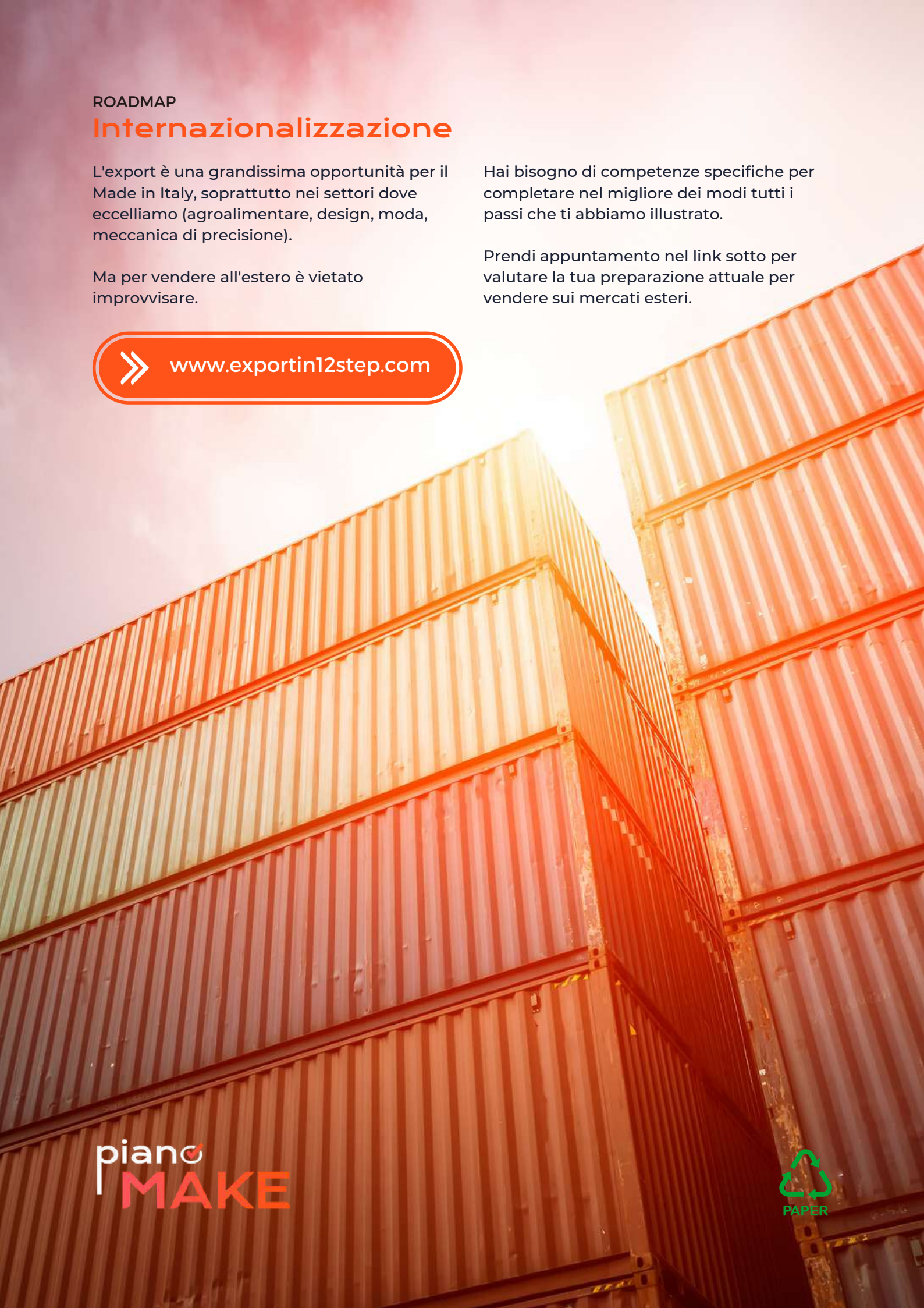
L'export è una grandissima opportunità per il Made in Italy, soprattutto nei settori dove eccelliamo (agroalimentare, design, moda, meccanica di precisione).

Ma per vendere all'estero è vietato improvvisare.

Hai bisogno di competenze specifiche per completare nel migliore dei modi tutti i passi che ti abbiamo illustrato.

Prendi appuntamento nel link sotto per valutare la tua preparazione attuale per vendere sui mercati esteri.

www.exportin12step.com



pianoMAKE

PAPER