

MERCATI INTERNAZIONALI E STRATEGIE DI INGRESSO

LIVELLO BASE

DICEMBRE 2018

ORARIO 9.00 - 13.00 /14.00 - 18.00

Sede: Confindustria Sardegna Meridionale, Viale Colombo 2 - Cagliari

TUTTI I NOSTRI CORSI SONO FINANZIABILI CON FONDIMPRESA

Obiettivo Generale

L'intervento formativo mira a fornire ai partecipanti conoscenze e competenze volte a:

- pianificare e sviluppare una propria strategia di internazionalizzazione;
- potenziare l'attività di esportazione, creare nuove reti vendita, promuovere il marchio;
- gestire e ottimizzare i processi di internazionalizzazione già avviati al fine di garantire efficienza ed efficacia.

Finalità dell'intervento formativo

L'approccio utilizzato prevede in una prima fase una serie di azioni finalizzate ad analizzare lo stato dell'organizzazione aziendale ed i fabbisogni specifici di tipo organizzativo e di competenze nell'affrontare i processi di internazionalizzazione. In un primo momento sarà necessario valutare alcuni processi aziendali, in particolare la comunicazione esterna, ma anche le metodologie e le strategie commerciali.

La seconda fase, sarà finalizzata alla crescita ed empowerment aziendale, in termini di miglioramento delle capacità manageriali ed organizzative e della capacità di gestire le informazioni che le analisi di mercato saranno in grado di rendere disponibili.

Successivamente, una volta ideata ed implementata la strategia di comunicazione e marketing, l'azienda definirà una serie di azioni nel Paese target, in forma singola o associata tra cui missioni commerciali, esplorative e B2B.

Metodologia didattica

La metodologia applicata farà riferimento ai benchmark in possesso dell'impresa, puntando molto sull'individuazione degli stakeholders e delle controparti qualificate e sulla possibilità per i manager di intraprendere relazioni dirette con partner commerciali e clienti.

Docente

Giulio Maciocco, Consulente senior e docente di project management, creazione di impresa e marketing, si è specializzato in cooperazione internazionale, progettazione, monitoraggio valutazione di progetti europei. Ha coordinato i progetti di internazionalizzazione nei Paesi del Bacino del Mediterraneo e delle missioni di outgoing e incoming di reti di impresa.

Quote di Partecipazione

- Euro 350,00+ IVA per le imprese associate
- Euro 490,00 + IVA per le imprese non associate

Il corso prenderà avvio solo al raggiungimento di almeno 6 iscrizioni.

PROGRAMMA

Analisi del contesto aziendale

La strategia e le modalità di ingresso o potenziamento dell'impresa nei mercati internazionali, è definita dopo un'accurata rilevazione dei fabbisogni e la realizzazione di un'analisi SWOT.

Verificate le necessità, in termini di supporto legale, amministrativo, commerciale, logistico etc, l'impresa definisce un primo budget e cronogramma delle attività propedeutiche ai processi di internazionalizzazione, focalizzando la propria attenzione su uno o più mercati di riferimento.

In fase operativa, l'affiancamento da parte di soggetti qualificati risulta fondamentale, con l'individuazione di un gruppo di lavoro a cui facciano capo gli obiettivi del progetto di internazionalizzazione.

L'attività formativa sarà orientata a fornire supporto soprattutto in termini di realizzazione dei risultati attesi e attività di una strategia di internazionalizzazione, focalizzandosi su alcune aree tematiche:

1. Business plan strategico per l'individuazione e l'approccio ai mercati esteri

Attività: realizzare un Export Check Up personalizzato al fine di analizzare le caratteristiche dell'organizzazione aziendale e trarne le potenzialità e le debolezze a livello internazionale sul Paese target. Sulla base delle risultanze si definirà un piano di marketing internazionale finalizzato alla scelta del mercato/prodotto/servizio da internazionalizzare, strategia di penetrazione, tipo di promozione, competenze e risorse umane necessarie, in Sardegna e nel mercato di riferimento. Il piano sarà costantemente condiviso tra l'imprenditore e con i partner locali.

Metodologie applicate: interviste strutturate, analisi aziendale, ricerca desk, ricerca field, business planning, PCM-Project Cycle Management e GOPP-Goal Oriented Project Planning.

Output: Definizione e condivisione della strategia di penetrazione e dei fabbisogni organizzativi aziendali per svilupparla.

2. Implementazione di strumenti manageriali di accesso ai mercati (ufficio gare, comunicazione integrata, cruscotto degli strumenti operativi, scouting internazionale)

Attività: Individuazione di punti di forza e aree di miglioramento aziendali e dei professionisti in grado di favorire il trasferimento di strumenti legali e/o manageriali utilizzati nel commercio internazionale (Non Disclosure agreement, accordi di partenariato, contratti, guide sulla fiscalità, incontri con gli avvocati ed i commercialisti delle aziende, servizi per la lettura delle gare e preparazione delle referenze, banche dati operatori esteri, organizzazioni di secondo livello per lo scouting, etc...).

Analisi delle risorse e strategia regionale di internazionalizzazione nel periodo 2014-2020 e individuazione di opportunità finanziarie e/o strategiche per l'impresa.

Metodologie: Redazione documentale, Analisi della programmazione regionale e nazionale in tema di internazionalizzazione

Output: Le aziende saranno messe in grado di valutare la propria capacità di operare all'estero, non soltanto dal punto di vista commerciale, ma anche utilizzando strumenti operativi che evitano conflitti e velocizzano le relazioni.

3. Comunicazione integrata

Attività: supportare la definizione di azioni di comunicazione con la finalità specifica dell'internazionalizzazione. In particolare saranno analizzate le strategie di comunicazione dei competitors, individuati in fase di analisi del mercato e valutati gli investimenti necessari per guadagnare un corretto posizionamento nel Paese target.

Metodologie: individuazione e analisi di benchmarking riconosciuti

Output: Formazione finalizzata all'analisi dell'immagine e brand aziendale, strategia di comunicazione anche con riferimento a brochure, presentazioni e cataloghi, materiale promozionale e tecnico vario.

4. Pianificazione di missioni outgoing e incoming

Attività: Definire le modalità di partecipazione e la programmazione delle attività promozionali all'estero, sia in forma singola che associata. Ipotizzare le modalità di visita in Sardegna da parte di imprenditori esteri ed individuare i fornitori di servizi locali

Metodologia: La metodologia applicata farà riferimento ai benchmark in possesso dell'impresa, puntando molto sull'individuazione degli stakeholders e delle controparti qualificate e sulla possibilità per i manager di intraprendere relazioni dirette con partner commerciali e clienti.

Scheda di iscrizione

Titolo del corso _____ **Codice corso** _____

Partecipante: *Titolo* _____ *Nome* _____ *Cognome* _____

Profilo professionale _____ *C.F.* _____

Telefono _____ *Fax* _____ *e-mail* _____

Azienda _____ *Settore di appartenenza* _____

Partita Iva / C.F. Azienda _____

Indirizzo di fatturazione _____

Referente aziendale: *Titolo* _____ *Nome* _____ *Cognome* _____

Telefono _____ *Fax* _____ *e-mail* _____

Quota di partecipazione € _____ *+IVA* **Azienda associata** *SI* *NO*

MODALITA' DI PAGAMENTO: Versamento immediato a ricevimento e-mail o fax di avvio corso:

- assegno bancario intestato alla G.A.P. Srl
- bonifico bancario intestato alla G.A.P. Srl - Banco di Sardegna
CODICE IBAN IT27 P 01015 04800 000070512081

Data _____

Timbro e Firma _____

Invia subito la scheda di iscrizione cliccando qui

In alternativa è possibile inviare la scheda al fax 070 659964 oppure per e-mail all'indirizzo formazione@assindca.it

Con l'invio della scheda d'iscrizione si intendono accettate le condizioni generali di adesione sotto riportate e si considera espresso il consenso al trattamento dei dati personali.

CONDIZIONI GENERALI DI ADESIONE

1. L'iscrizione ai corsi deve essere effettuata inviando alla Segreteria Organizzativa la scheda sopra riportata entro il termine di scadenza indicato in ciascuna locandina, a mezzo mail o fax.
2. **I corsi saranno attivati solo qualora venga raggiunto un numero minimo di adesioni.**
3. Sarà cura della Segreteria Organizzativa comunicare agli iscritti l'attivazione del corso entro tre giorni antecedenti la data prevista per l'inizio. Alla comunicazione di avvio del corso dovrà seguire il pagamento della quota di iscrizione, da effettuarsi prima dell'inizio dell'attività formativa.
4. E' fatta salva la facoltà di modificare o annullare il programma dandone comunicazione agli iscritti.
5. Al termine dei corsi verrà rilasciato uno specifico **Attestato** per frequenze pari ad almeno il 90% del monte ore, salvo il superamento della verifica finale, ove prevista e/o salvo diverse indicazioni.
6. In caso di mancata partecipazione al corso per il quale è stata effettuata regolare iscrizione dovrà comunque essere versato il 50% della quota prevista, ove il recesso intervenga almeno 7 giorni prima del corso. In caso di recesso intervenuto meno di 7 giorni prima del corso sarà dovuta l'intera quota.
7. Per le imprese aderenti alla Confindustria Sardegna Meridionale è prevista una riduzione sull'ordinaria quota di iscrizione ai corsi, come specificato nelle relative locandine.

INFORMATIVA PRIVACY

In osservanza al disposto del Regolamento UE 679/2016 e del D. Lgs. 30 giugno 2003 n. 196 e s.m.i. e fermi restando i diritti dell'interessato definiti dai medesimi provvedimenti, si informa che i dati indicati nella scheda di iscrizione saranno inseriti in una banca dati di cui è titolare la Confindustria Sardegna Meridionale per finalità connesse allo svolgimento dei corsi. I dati, che verranno trattati con mezzi cartacei ed informatici, potranno essere comunicati, per le suindicate finalità, ai soggetti che abbiamo collaborato all'organizzazione dei corsi. L'ambito di trattamento sarà limitato al territorio italiano, e i dati saranno trattenuti per tutta la durata dei corsi e successivamente per lo svolgimento di altre analoghe iniziative. Qualora il trattamento dei dati personali sia fondato sul consenso dell'interessato, questi ha diritto a revocare il consenso prestato. In qualunque momento potranno essere esercitati i diritti di cui all'articolo 7 del D. Lgs. 196/2003.