

Il tuo futuro nel mondo.



Export Management

Azione EXPORT



L'Export risulta oggi sempre più determinante per la crescita dell'azienda. I processi di internazionalizzazione hanno permesso di consolidare il fatturato anche in periodi di congiuntura economica negativa, grazie all'espansione degli orizzonti e all'apertura di nuovi rapporti sui mercati esteri, avvalendosi delle opportunità internazionali per sfruttare pienamente il vantaggio competitivo, nell'equilibrio tra efficienza e innovazione.

La crescita del commercio con l'estero degli ultimi mesi ha evidenziato l'attenzione che le aziende italiane stanno ponendo su questa attività, grazie anche al ritorno di alcuni dei più importanti mercati di sbocco al di fuori dell'Unione - quali Russia, Cina, Stati Uniti e Giappone - e allo sviluppo dell'azione di internazionalizzazione nelle economie con spiccata dinamicità - quali Emirati Arabi Uniti, India ed Indocina.

Lo sviluppo di un Piano Strategico Internazionale in cui indirizzare le azioni quotidiane risulta quindi più che mai indispensabile per contrastare le incertezze del mercato domestico e reagire con intraprendenza, affrontando le nuove sfide dei mercati mondiali.

Affidarsi ad un team di esperti, vista l'operatività specifica e la necessità di un network di conoscenze internazionali, nonché le opportunità dei finanziamenti accessibili, significa operare con successo.



Azione EXPORT

- 1 L'analisi dell'azienda: ordine economico-finanziario, potenzialità e mercati esteri
- 2 La ricerca del mercato e la scelta del prodotto: modalità di vendita sul mercato estero
- 3 La strategia di marketing internazionale e la nuova comunicazione
- 4 I sistemi di regolamento e finanziamento delle transazioni internazionali
- 5 Il nuovo equilibrio economico-finanziario, evoluzione dei processi produttivi ed organizzativi dell'azienda



1

L'analisi dell'azienda: ordine economico-finanziario, potenzialità e mercati esteri

L'analisi dell'equilibrio economico – finanziario

L'analisi dei prodotti, dei processi produttivi
e delle potenzialità di crescita

L'analisi dei mercati esteri potenziali





2

La ricerca del mercato e la scelta del prodotto: modalità di vendita sul mercato estero

La scelta dei mercati esteri di destinazione

La scelta del prodotto

L'analisi della concorrenza

La ricerca dei canali di distribuzione

Le modalità di vendita

L'analisi dei nuovi investimenti

3

La strategia di marketing internazionale e la nuova comunicazione

Un'efficiente presenza internazionale

L'azione di marketing - mix

La Politica di Promozione, l'analisi del packaging, il sito web e la propria immagine sui mercati internazionali

Il lancio del prodotto

Il controllo e la verifica degli obiettivi





**MADE IN
ITALY**



4

I sistemi di regolamento e finanziamento delle transazioni internazionali

Lo sviluppo degli investimenti e la loro copertura finanziaria

I sistemi di regolamento e di pagamento internazionali

L'assicurazione della merce

Il credito all'esportazione e la sua assicurazione (Sace Spa)

L'intervento della Simest Spa per lo sviluppo sui mercati internazionali

La contrattualistica

5

Il nuovo equilibrio economico-finanziario, evoluzione dei processi produttivi ed organizzativi dell'azienda

L'analisi dell'impatto dell'internazionalizzazione sui processi produttivi ed organizzativi dell'azienda

Il nuovo equilibrio economico-finanziario

L'analisi dello sviluppo dell'azienda a medio termine e il consolidamento sui mercati internazionali





Piazzale di Porta Pia 116, 00198 Roma

Tel. +39 06.92096409 - +39 335.5292472

P.Iva 14140691008 - C.F. PLRMRT63B26H501M

www.pelargonio-advisory.com

email: umberto@pelargonio-advisory.com



