



Camera di Commercio
Ferrara



PERCORSO FORMATIVO
"ORGANIZZAZIONE COMMERCIALE E SCELTE DISTRIBUTIVE PER I MERCATI ESTERI"
19 E 28 GIUGNO 2012

Camera di Commercio di Ferrara, Via Borgoleoni 11, Sala Corsi

OBIETTIVI:

Migliorare l'organizzazione di un ufficio export; comprendere come avviare tutta la rete di relazioni interne, esterne e istituzionali indispensabili per un corretto funzionamento dell'ufficio stesso; focalizzare gli elementi chiave degli aspetti più tecnici delle operazioni rivolte all'estero; creare archivi di base, modulistica per il controllo e monitoraggio del cliente e dei suoi comportamenti di acquisto per pianificare ordini e strategie; capire le differenze fra le diverse modalità distributive di un prodotto su un mercato estero; acquisire gli strumenti per gestire e sviluppare un canale distributivo.

DESTINATARI:

Piccole e medie imprese industriali e artigiane.

PROGRAMMA:

1^ GIORNATA: 19 GIUGNO 2012

ORE: 9.00-13.00 E 14.00-18.00

- le interazioni dell'ufficio export con i vari reparti aziendali e con l'esterno;
- il profilo dell'addetto commerciale estero e di un export manager;
- modulistica per la redazione di offerte, preventivi, conferme d'ordine ecc..;
- l'anagrafica cliente e il data base cliente: come integrarli senza confonderne i dati e l'importanza;
- pianificare l'attività export e utilizzo delle checklist di controllo;
- la rete di relazioni indispensabili per un ufficio export: relazioni istituzionali, con consulenti, fornitori di servizi export, clienti, collaboratori in Italia e all'estero;
- l'archivio notizie e informazioni;
- la scelta dei mercati esteri: analisi e selezione dei mercati, scelta del target e posizionamento;

2^ GIORNATA: 28 GIUGNO 2012

ORE: 9.00-13.00 E 14.00-18.00

- canali di ingresso sui mercati esteri, i principali canali di distribuzione: il canale diretto e indiretto, canali di distribuzione innovativi, strategie cross-border di distribuzione;
- come scegliere il corretto canale distributivo in relazione ai diversi mercati di riferimento;
- come valutare nell'identificare un partner distributivo;
- il prodotto - marca, gamma, confezione: il concept di prodotto, standardizzazione e adattamento del prodotto, organizzazione per la gestione internazionale del prodotto;
- cenni sulla politica di comunicazione: il processo di comunicazione; il messaggio comunicativo, scelta dei mezzi di comunicazione idonei per i singoli mercati.

DOCENTE: Dott.ssa Cristina Andreoli, docente certificato Change Spa ed esperto nell'area commerciale.