

Crescere sui mercati esteri Gli strumenti del marketing

Confindustria propone alle aziende un percorso formativo
Riccardo Riva: «È la risposta ad un'esigenza delle imprese»

LECCO

Si chiama tutoring formativo avanzato per l'ufficio commerciale. È un nuovo servizio del Business point di Confindustria Lecco. È un percorso formativo e di coaching dedicato alle imprese che puntano a sviluppare gli uffici commerciali export.

Un modello flessibile

Riccardo Riva, consigliere incaricato per l'internazionalizzazione, spiega: «Il Business point, pensato come uno strumento flessibile e in continua evoluzione, ha risposto all'evidenziarsi di queste esigenze con l'attivazione di un percorso innovativo e articolato, che comprende sia attività formative sia momenti di esercitazione pratica da tenersi nella sede aziendale».

Per il progetto, dedicato al personale degli uffici commerciali export di aziende associate mediante strutture, è prevista una durata di 4 ore a settimana per un periodo minimo di 12 settimane. Il percorso formativo, che può essere finanziato attraverso il conto formazione di Fondimpresa, è strutturato in più fasi.

Si comincia da come sviluppare un piano di marketing internazionale in maniera innovativa. Il piano deve comprendere: l'analisi del contesto; l'individuazione



La presenza sui mercati esteri è indispensabile per uscire dalla crisi

dei mercati obiettivo; la definizione dei canali distributivi ideali a garantire una copertura del mercato in termini geografici per canale e per prodotto; l'analisi dei competitor nazionali ed internazionali di riferimento; lo sviluppo di strategie e piani d'azione mirati.

Il tutoring prosegue con un'analisi su come impostare in modo pro-attivo una strategia commerciale. Si parlerà di come individuare le migliori fonti informative per la ricerca dei pro-

spect; della strategia di comunicazione commerciale; dell'individuazione di eventuali azioni a supporto dell'attività commerciale; le tecniche di web-marketing.

Ambiente competitivo

Il corso aiuta poi ad individuare, sviluppare e gestire i contatti commerciali in un contesto sempre più complesso. Questa fase prevede anche un'attività pratica sotto la diretta supervisione del docente.

Infine, il tutor insegnerà a definire gli obiettivi e la strategia aziendale. Sulla base delle informazioni di mercato raccolte e di tutti gli elementi del marketing-mix si procederà con la formulazione di strategie e obiettivi, con l'aggiornamento dell'analisi di posizionamento e con il dimensionamento del mercato. Questa fase prevede una sessione di attività pratica e la definizione di un piano d'azione per l'implementazione futura dell'ufficio commerciale. ■