

## **EXPORT MANAGER: GENERARE E CONSOLIDARE LA PRESENZA SUI MERCATI ESTERI**

### **FINALITÀ**

- Definire il piano strategico
- Acquisire le metodologie per posizionarsi sui mercati più adatti e redditizi per l'azienda
- Trovare le informazioni pertinenti per selezionare i mercati e gli intermediari più adatti
- Definire gli obiettivi del team, sia per l'attività di back office sia per l'attività commerciale sul campo
- Sviluppare motivazione e impegno di tutti i vari attori
- Conoscere le differenti problematiche e criticità e trovare soluzioni idonee ad evitarle

### **DATI ORGANIZZATIVI**

- *Durata:* da definire in base a obiettivi e fabbisogni del cliente
- *Destinatari:* per aula max 10/12
- *Modalità di erogazione:* alternanza teoria ed esercitazioni

### **CONTENUTI**

#### **IL CAMBIAMENTO DA EXPORT AD INTERNATIONAL MINDSET**

- Le particolarità giuridiche da conoscere nei contratti di vendita internazionale
- I punti essenziali da controllare nei diversi contratti di intermediazione (agenti, distributori)
- L'adattamento delle condizioni generali di vendita al commercio internazionale
- Protezione del venditore e validità della riserva di proprietà
- Gestire un reclamo per vizi o mancanze di qualità
- Prevenire e gestire le liti nel commercio internazionale

#### **DEFINIRE LA STRATEGIA SUI MERCATI INTERNAZIONALI**

- Definire i mercati target e prioritari in funzione della loro attrattiva coinvolgendo i vari stakeholder, interni ed esterni, per la condivisione, messa a punto ed implementazione
- Disamina dei principali indicatori di performance (K.P.I.) con i singoli indici dei vari mercati
- Verificare l'allineamento organizzativo, i processi, nonché le risorse necessarie per supportare il piano
- Aiuti e finanziamenti cui è possibile accedere per supportare la strategia

#### **PILOTARE L'AZIONE DEI TEAM INTERNI ED ESTERNI**

- Definire i criteri di scelta degli intermediari (i canali di vendita) considerando vantaggi e limiti delle diverse soluzioni
- Definire e condividere obiettivi
- Adattare il proprio stile di management alle specificità culturali