

Il Marketing Internazionale ed export

“Come affrontare con successo i mercati esteri”



Obiettivi : l'obiettivo del corso è di fornire alle PMI o agli addetti all'export un insieme di strumenti teorici e pratici che permettano di definire le strategie per scegliere il paese/mercato estero nel quale commercializzare i propri prodotti, scegliere le modalità di entrata, come trovare distributori e clienti, il giusto posizionamento rispetto alla concorrenza presente nel paese, le definire le strategie di azione e comunicazione più efficaci

Destinatari : imprenditori, personale dell'ufficio commerciale, personale dell'ufficio marketing, agenti di vendita, addetti all'export, coloro che intendano lavorare in un settore commerciale o di marketing.

Programma:

l'impresa orientata al marketing
le attività di marketing : strategie e operatività
sistema informativo di marketing
Come si fa l' Analisi di un paese/mercato estero
Strategie di Segmentazione
Strategie di posizionamento
Analisi delle risorse interne all'impresa e della concorrenza (Analisi SWOT).
le ricerche di mercato e le fonti di informazioni
Strategie di ingresso e di presenza nei paesi esteri : Canali diretti e indiretti
Strategie di ingresso e di presenza nei paesi esteri : Le produzioni all'estero
Reti di canali distributivi
Come organizzare in modo efficace la fiera all'estero
Strategie di Marketing Mix Internazionale (politiche di prodotti, prezzo, servizio, comunicazione)
Analisi e soluzioni dei principali problemi di marketing
I 50 principali errori di marketing

Durata: 42 ore - **Costo:** 480 euro (in due rate)