



UNIONE EUROPEA
Fondo europeo di sviluppo regionale

EV-IN1_00002767

Ares Line S.p.A.

“Voucher Internazionalizzazione Decreto MISE 17/07/2017-II° Bando”

PON IMPRESE E COMPETITIVITÀ
INIZIATIVA PMI
2014-20

Riaccendiamo lo sviluppo



Ministero dello Sviluppo Economico

Il progetto prevede l'utilizzo del Voucher early stage per l'internazionalizzazione emesso dal Ministero dello Sviluppo Economico, "Voucher Internazionalizzazione Decreto MISE 17/07/2017-II° Bando".

Abbiamo concluso con soddisfazione un progetto finanziato dal Ministero dello Sviluppo Economico. Questo progetto ci ha consentito di esplorare nuovi mercati esteri dal punto di vista strategico ed operativo.

Nei primi mesi l'approccio applicato è stato quello conoscitivo, che è servito per capire i punti di forza e di debolezza dell'azienda, successivamente ci siamo dedicati alla scelta della strategia d'ingresso e a quali paesi dedicare particolare attenzione e una prima ricerca contatti. Nel processo di valutazione dell'azienda abbiamo osservato come l'azienda lavorava e come gestiva le varie situazioni. Ci siamo interfacciati con il personale al fine di capire quali fossero le potenzialità e quali possibili problematiche avremmo dovuto affrontare. Valutando poi quali erano i servizi che era loro intenzione proporre nel nuovo mercato è stata fatta una SWOT analisi. In questa maniera siamo riusciti ad avere un quadro generale dell'azienda e quali punti potevano risultare più critici e quali più positivi.

Sono quindi stati definiti i punti principali dell'analisi SWOT:

- Punti di forza: attribuzioni dell'organizzazione che sono utili a raggiungere l'obiettivo;
- Debolezze: attribuzioni dell'organizzazione che sono dannose per raggiungere l'obiettivo;
- Opportunità: condizioni esterne che potrebbero risultare utili a raggiungere l'obiettivo;
- Rischi: condizioni esterne che potrebbero recare danni alla performance.

Dopo una valutazione di quali paesi potessero essere di interesse, si è svolta una Country analysis dove abbiamo considerato diversi tipi di variabili tra cui:

- Variabili di carattere macroeconomico per vedere l'andamento generale di ogni paese.
- Variabili di import export del prodotto, per vedere i flussi di importazione ed esportazione del prodotto e dunque per capire il paese più ricettivo e al tempo stesso più competitivo.
- Variabili di carattere microeconomico per vedere l'andamento più dettagliato del settore in ogni regione.
- Vicinanza e facilità di gestione

A questa ricerca è stata aggiunta una valutazione di quelle che sono le varie fiere di settore e quindi è stata stilata una lista in ordine di importanza di quali siano i paesi migliori da approcciare per una fase iniziale. Abbiamo inoltre creato un primo database di quelli che sono i principali concorrenti nel settore e quali sono i loro punti di forza e debolezza. Dall'analisi iniziale dello studio dei mercati siamo riusciti ad avere una visuale di come fosse strutturato il mercato. A questo punto abbiamo strutturato una strategia specifica per l'azienda e abbiamo deciso in quali aree geografiche focalizzarci e come procedere poi.

Come prima attività nell'affiancamento specialistico ci siamo concentrati su una parte più operativa applicando quello che erano i metodi sviluppati durante tutto il progetto. Quindi seguendo direttamente e come supporto all'azienda abbiamo proceduto a:

- Fornire ai vari agenti tutti i documenti necessari a fare campagne marketing e comunicazione nel paese.
- Ricercare e implementare la rete di contatti in precedenza stilata
- Gestire tutta la parte di customer care con un back office commerciale

Nella seconda fase abbiamo effettuato un'analisi di quali potessero essere le migliori modalità per approcciare questi mercati. Abbiamo quindi valutato quale tipo di sforzo l'azienda potesse sostenere. Se gestire tutto in back office, continuare con un agente in loco o aprire una struttura che fungesse da base logistica.

Si è scelto di usare un modello, anche per la lontananza geografica di questi paesi, con Importatori/distributori locali e con supporto di un back office. Da qui abbiamo iniziato a contattare i vari nominativi a nostra disposizione ottenendo buoni risultati e dando un metodo da poter poi applicare anche in futuro all'azienda. Ad oggi l'azienda dispone di un solido data base di distributori, ha cominciato a fare le prime offerte su clienti esteri ed ha conseguito anche i primi piccoli ordini.