

---

# TECNICHE DI VENDITA E MARKETING NEI MERCATI ESTERI

---

BUSINESS SKILLS

## DESCRIZIONE

Il percorso formativo inizia con l'analisi della domanda e dei concorrenti, per delineare le strategie di ingresso e/o sviluppo sui mercati target, con la definizione di un piano operativo. Si valutano poi i sistemi di comunicazione, la scelta dei canali e i criteri per le strategie di prezzo più opportune. È poi esaminato il processo di vendita all'estero, con la gestione della Rete, l'approccio ai Grandi Clienti e Partner locali e l'analisi delle opportunità ricavabili nella segmentazione più dettagliata dei mercati. In conclusione, si forniscono strumenti pratici di valutazione e controllo della Rete e si considerano le situazioni negoziali all'estero, con le relative caratteristiche interculturali e di stili di gestione.

## PROGRAMMA

Orari giornata formativa:

9:00 – 9:15 Accredimento partecipanti  
9:15 – 13:00 Formazione  
13:00 – 14:00 Pausa  
14:00 – 18:00 Formazione  
18:00 Conclusione

Coffee break a metà mattina e metà pomeriggio

PROGRAMMA DIDATTICO:

Analisi della domanda e analisi della concorrenza:

- Temi generali sull'internazionalizzazione
- Le sfide del mktg internazionale
- L'analisi della domanda
- Le fonti dei dati sull'estero
- L'analisi della concorrenza

Definire le strategie di penetrazione:

- Le strategie internazionali

Tecniche di vendita e marketing nei mercati esteri

- Come sostenere l'internazionalizzazione
- Le strategie d'ingresso
- Caso aziendale
- Cambiare strategia

Definire un piano di export marketing:

- Il processo di gestione strategica
- Il percorso verso l'internazionalizzazione
- L'internazionalizzazione e le tre aree aziendali
- Il piano di marketing strategico
- Il piano operativo di business
- Caso aziendale

Digital export marketing:

- Il web marketing
- I social media e il mktg di relazione
- I sistemi di comunicazione web

Il piano e le azioni di vendita all'estero, la ricerca dei partner:

- I canali nel mktg internazionale
- La strategia dei prezzi nei mercati esteri
- Strumenti – tabelle per pricing

Il processo di vendita all'estero:

- La creazione, gestione e sviluppo della rete commerciale estera
- I sette ruoli nelle vendite complesse
- Sviluppo vendite con l'analisi dei micromarkets
- Caso aziendale

Gli strumenti fondamentali di sviluppo delle vendite, esempi e modelli operativi applicabili

Trattative e negoziazioni, considerare le differenze interculturali:

**DOCENTI**

estione

**GIORGIO SORRENTINO** – Laureato in Ingegneria Elettronica e Master SDA Bocconi. Da molti anni è consulente di direzione e formatore, con l'obiettivo di trasferire le esperienze di successo vissute nei diversi ruoli in cui ha a lungo operato come Responsabile Vendite, Marketing e Direzione Generale.

## DESTINATARI

---

Responsabili commerciali, responsabili export, marketing, capi area estera.

## REFERENTI

---

## DATE E PREZZI

---

**ATTUALMENTE DISPONIBILE SOLO PER LA FORMAZIONE IN AZIENDA**