

EXPORT MANAGEMENT E SVILUPPO COMMERCIALE ESTERO

Contesto:

In concreta risposta alle esigenze più attuali del mercato nel contesto delle attività estere d'impresa, questo percorso formativo è progettato per fornire solide basi tecniche e pratiche a quelle figure professionali che siano impiegate in tali attività.

Nei processi con l'estero, entrano in gioco molteplici funzioni aziendali e tematiche varie, da quelle più prettamente commerciali a quelle tecnico-logistiche fino agli aspetti di natura economica, strategica e finanziaria.

La funzione dell'Export Manager è quella di mettere a fattore comune tutti gli attori interni coinvolti avendo sempre come riferimento l'azione commerciale, i mercati obiettivo e gli interlocutori esterni siano essi clienti finali o partners commerciali. Il suo compito è quello di tradurre in azioni di vendita e marketing gli obiettivi strategici aziendali di crescita all'estero. Deve possedere competenze in ambito di organizzazione aziendale, vendite, gestione del budget e degli obiettivi, delle reti commerciali e distributive, di aspetti doganali, contrattualistica e trasporti internazionali.

Esportare, ovvero, vendere all'estero: questo corso chiarisce quali analisi di mercato, quali strumenti, quali opzioni e quali problematiche si trova ad affrontare l'impresa che esporta.

Obiettivi:

- Accrescere e potenziare le competenze di una figura professionale capace di offrire guida e coordinamento alle funzioni aziendali di vendita all'estero, promozione e sviluppo nuovi mercati, gestione partner B2B, logistica e amministrazione
- Sviluppare capacità di Business Development nei mercati esteri, di organizzazione della rete vendita e gestione dei canali distributivi anche attraverso gli strumenti di Digital Marketing

Destinatari:

- Area Managers
- Direttori Vendite o di Filiale
- Addetti vendite estero/Addetti Commerciali Export
- Ogni altra figura non commerciale coinvolta attivamente nei processi aziendali con l'estero

Durata:

12 ore

Programma:

- Metodologie di ricerca, analisi e selezione dei mercati
- Domanda ed offerta locale: analisi del consumatore e dei competitors
- Organizzazione commerciale: quali le alternative, pro e contro
- Rudimenti di contrattualistica internazionale
- Ufficio Export: ruolo, funzione, priorità e interazioni in&out
- Business estero online: e-commerce e suoi parenti stretti
- Tecniche degli scambi internazionali: pagamenti, trasporti e dogane
- Fiere commerciali: istruzioni per l'uso