

15 ottobre 2020

Notizie dal Web n. 176

Benedetti&Co

Analisi di Mercato: punto di partenza per crescere all'Estero



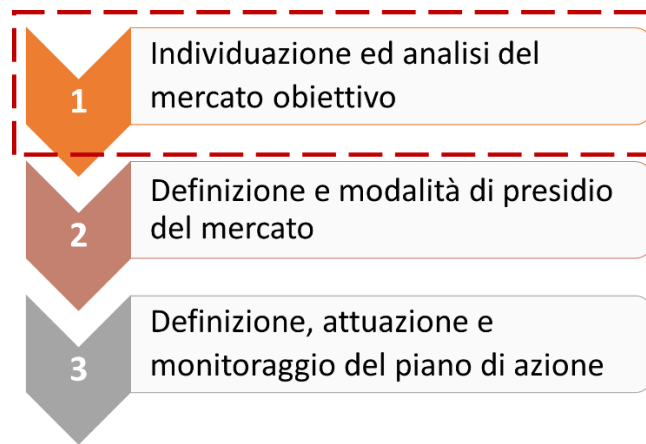
195, è il numero di Stati al mondo in cui un'azienda italiana può intraprendere un percorso di internazionalizzazione. Decidere in quale mercato estero indirizzare la strategia e le risorse aziendali non è una decisione immediata in quanto molte sono le variabili da considerare: fare uno **screening delle alternative** ed avere **a disposizione i giusti strumenti** per prendere una decisione corretta è essenziale.

Qual è, quindi, lo strumento a disposizione per implementare una strategia efficace di internazionalizzazione?

Uno degli strumenti essenziali per prendere una decisione strategica di internazionalizzazione è **l'Analisi di Mercato**. Infatti, prima di pianificare una strategia, si deve conoscere il mercato nel quale verrà implementata e comprendere se l'idea può avere riscontro positivo.

L'internazionalizzazione spesso è un percorso naturale di crescita d'impresa: quando si raggiungono determinate dimensioni, produttive e/o di mercato, la strategia viene indirizzata spontaneamente verso nuove aree geografiche.

Il Processo di internazionalizzazione può essere composto da tre macro-fasi che vanno dall'individuazione del mercato, alla definizione della modalità di ingresso nel mercato selezionato fino all'attuazione e monitoraggio della strategia implementata.



Il primo step, ovvero la scelta dei mercati in cui investire, è una delle decisioni più importanti che un imprenditore può trovarsi ad affrontare in quanto segnerà profondamente il business aziendale. Ci si troverà ad affrontare fattori geografici, demografici, economici e culturali diversi da quelli del mercato di origine. Per questo motivo, l'adozione di un approccio decisionale in grado di razionalizzare il processo valutativo dell'impresa è essenziale. L'ingresso in un mercato estero comporta ingenti costi: se la scelta si rivelasse errata l'azienda sosterrrebbe un piccolo fallimento.

Cos'è l'Analisi di Mercato e quali sono gli aspetti utili da considerare?

L'Analisi di Mercato consiste in una serie di attività che non riguardano solo raccogliere e analizzare dati di tipo quantitativo, **ma capire i rischi, le opportunità, i punti di forza e di debolezza** legati a mercati di riferimento, comprendendo anche le caratteristiche socio-culturali di una popolazione, gli aspetti politici e normativi vigenti e le dinamiche concorrenziali che contraddistinguono un'area geografica.

La ricerca di mercato può essere uno strumento utile sia per aziende che vogliono iniziare un percorso di sviluppo in un mercato estero **ma non lo hanno individuato**, sia per aziende che **hanno già individuato un potenziale Paese** in cui sviluppare il proprio business, ma sia necessario uno studio più analitico per comprendere le potenzialità dello stesso.

In ogni caso, l'approccio corretto è quello di svolgere uno screening sequenziale su più paesi che consenta di eliminare a mano a mano i Paesi a basso potenziale per poi concentrarsi su quello scelto. L'obiettivo dell'analisi è, dunque, quello di **identificare il mercato o i mercati che raffigurino una reale e concreta opportunità** per il business aziendale.

Nella letteratura di *international business* sono due gli aspetti maggiormente citati al fine di valutare il mercato estero in cui operare: **L'attrattività**, intesa come le caratteristiche del Paese, le dimensioni del Mercato e il grado di accettazione del prodotto. Al fine di individuare il suo grado di attrattività, le principali variabili da analizzare sono:

- Fisico-geografiche: le caratteristiche del territorio e la dotazione di infrastrutture;
- Politico-legali: il sistema politico attuale, la presenza di incentivi, ecc;
- Economiche: il prodotto interno Lordo, il tasso di occupazione, il livello di inflazione;
- Culturali: la distanza culturale
- Tecnologiche: livello di sviluppo tecnologico;
- Dimensionali del mercato: il livello della domanda, il grado di accettazione del prodotto, andamento storico e prospettico del settore, i livelli di importazione e esportazione, ecc.;

L'accessibilità, in termini di barriere naturali, artificiali e legali da superare e di ambiente competitivo, locale e internazionale, presente nel mercato di riferimento.

Perché l'Analisi di Mercato è fondamentale per intraprendere un percorso di crescita all'estero?

La scelta e l'importanza di svolgere una ricerca di mercato è riconducibile a:

- ✓ **Capire il Paese di riferimento** in cui intraprendere un percorso di crescita. Solo tramite l'analisi delle variabili sopracitate, è possibile implementare una strategia precisa, strutturata e con basso margine di fallimento;
- ✓ Avere una visione completa delle **opportunità e dei rischi** del mercato prima di effettuare i relativi investimenti;
- ✓ **Capire i concorrenti**, come agiscono e a quali target si riferiscono;
- ✓ **Prevedere possibili scenari futuri** e organizzare l'attività al fine di soddisfare al più presto le esigenze nel mercato;
- ✓ **Valutare una corretta strategia**, le rispettive fasi e le modalità di ingresso.

Benedetti&Co, grazie alla sua esperienza nello sviluppo di ricerche mirate, nell'analisi dei dati macro e microeconomici e all'utilizzo di banche dati specializzate, e grazie alla sua ventennale esperienza internazionale, è in grado di realizzare report dettagliati, utili alle aziende per approfondire differenti tematiche.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Milano

Via S. Michele del Carso 22
20144 Milano
tel. +39 02 805 057 74
info@benedetti-co.it

Brescia

Via Oberdan 5/7
25128 Brescia
tel. +39 030 205 48 03
info@benedetti-co.it

Mumbai

INDIA - 400006 Mumbai,
Ajanta Building Flat 1,
LD Ruparel -
Marg Malabar Hill
tel. +91 - 9820088817