

29 Novembre 2018

Notizie dal Web n. 82



## Filiale Commerciale Estera: Costo o Opportunità?



Una volta un imprenditore ci disse:

*“...da anni siamo presenti negli Stati Uniti con un distributore...negli ultimi mesi ho notato un calo delle vendite...ho chiamato più volte il distributore per capire da cosa dipendesse...mi ha sempre risposto... è un “calo fisiologico”...l’attuale contrazione del mercato è l’unico problema...il prodotto si sta vendendo bene.*

*Non soddisfatto di tale risposta sono andato personalmente negli USA per fare una verifica...visitando diversi punti vendita, ho scoperto che, a nostra insaputa, era stato cambiato il posizionamento dei nostri prodotti, posizionamento che con tanta fatica avevamo conquistato.*

*Sono quindi andato dal distributore, “Partner Affidabile” da molti anni, per chiedere spiegazioni...mi ha infine confessato che aveva introdotto un nuovo prodotto, simile al nostro...prodotto sul quale stavano*

*investendo molto...l'intera rete commerciale era impegnata da mesi nel suo lancio...".*

Approcciare un mercato estero attraverso Distributori garantisce la presenza sul territorio e la distribuzione del prodotto in maniera efficiente e poco dispendiosa ma, se la rete distributiva non viene movimentata dall'azienda, dopo brillanti avvii, spesso perde slancio.

La distanza non aiuta certo nella gestione e nel presidio della rete distributiva e, talvolta, le aziende, dopo aver effettuato le prime vendite con successo e dopo aver raggiunto determinati livelli di fatturato in quel paese, decidono di costituire una propria filiale commerciale per presidiare meglio e direttamente il mercato estero.

Attraverso la costituzione di una filiale commerciale estera, si può definire meglio la politica distributiva, monitorare direttamente le attività commerciali e, in alcuni casi rendere più snella e meno onerosa la logistica.

### **Quali sono i vantaggi di avere una filiale estera?**

La filiale estera, avendo una propria organizzazione commerciale, è sempre in contatto con la clientela: ne conosce le esigenze, presenta i prodotti e le novità dell'azienda, ne sollecita gli ordini e acquisisce una profonda conoscenza del mercato.

È, inoltre, in grado di monitorare le attività dei competitor locali, come una "vedetta" a difesa del proprio territorio in caso di "incursioni nemiche".

### **Quanto mi costa?**

Prima di avventurarsi nell'apertura di una filiale estera, e per non incorrere in inutili ed indesiderati "bagni di sangue", è bene pianificare le azioni da sviluppare e individuare quali saranno i costi ed i benefici che si potrebbero ottenere in termini di nuovi ricavi e margini.

Per far ciò, oltre all'esperienza specifica in quel determinato paese, è necessario preparare un vero e proprio Business Plan, che determini in modo dettagliato costi, ricavi e margini ed in particolare il capitale necessario per sviluppare tale investimento.

### **Dove andrebbe posizionata?**

Per decidere dove posizionare geograficamente la filiale, bisogna individuare le aree con maggior potenziale commerciale, ovvero quelle dove sono presenti i nostri clienti, e quelle ben collegate logisticamente, per rendere più efficienti e meno dispendiose le trasferte per visitarli. Molto spesso ci si lascia attrarre da location altisonanti (ad esempio la famosa 5th Avenue a Manhattan) che non risultano né comode per i trasferimenti, né particolarmente "light" in termini di costi.

Esistono, inoltre, in alcuni Stati (ad esempio alcune aree degli USA, Russia e India), delle aree che favoriscono l'insediamento di società estere, particolarmente convenienti e che, se compatibili con le esigenze territoriali dell'azienda, permettono di facilitare e agevolare l'insediamento della filiale.

### **Quale organizzazione implementare?**

Spesso anche una piccola struttura è sufficiente allo sviluppo del mercato locale, senza doverne necessariamente creare una grossa e pesante.

A volte è sufficiente assumere un commerciale in loco che, correttamente guidato, sarà in grado di sviluppare le prime iniziative sui clienti attuali e sui nuovi clienti per incrementare il fatturato.

Affidarsi ad un esperto per effettuare la ricerca e la selezione delle persone, sulla base di skill definite nel piano, può essere utile al set up della filiale commerciale, in modo che gli obiettivi prefissati nella fase di pianificazione iniziale e nel Business Plan vengano raggiunti.

Benedetti&Co con la sua esperienza ultradecennale nella predisposizione e nello sviluppo di progetti di impresa, supporta imprenditori e manager nella progettazione e nell'implementazione di progetti di internazionalizzazione. Ha al suo attivo decine di progetti che hanno aiutato le aziende a ridefinire la rotta, individuare nuovi spazi di business, correggere errori.

L'approccio proposto da Benedetti&Co permette all'azienda di accedere a competenze specialistiche in ambiti diversi, da quello strategico a quello commerciale, secondo una logica di progetto orientata ad offrire all'azienda, la migliore soluzione possibile.

Contattaci compilando il nostro form, commenta l'articolo oppure chiama allo 030.2054803.

© 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