

18 Ottobre 2017

Notizie dal Web n. 32



## **Export: 5 cose da fare per non commettere errori**



In numerosi anni di attività, aiutando imprenditori e manager nel processo di internazionalizzazione delle loro imprese, alla domanda “Come avete iniziato ad esportare?”, le risposte più frequenti che abbiamo ricevuto sono state: “Abbiamo iniziato a vendere all’estero attraverso la partecipazione a fiere di settore...”, “Abbiamo conosciuto quel distributore francese tramite contatti personali...”, “Un giorno ci ha chiamato un cliente tedesco e gli abbiamo venduto i nostri prodotti, probabilmente ci ha conosciuto tramite il passaparola...”, “Durante le vacanze estive in Messico ho conosciuto un importante cliente...” ed altre dello stesso tenore.

Nonostante alcuni casi di successo possano far pensare che le conoscenze fortuite siano un importante fattore per vendere all’estero, è in realtà necessario seguire una progettazione delle azioni da intraprendere per ridurre i rischi e massimizzare i risultati. Le aziende che hanno deciso di seguire la strada della casualità, spesso hanno commesso errori che potevano essere previsti ed evitati con un’accurata pianificazione, e talvolta si sono dovute accontentare di

sole vendite “spot”, vanificando la possibilità di consolidare la propria presenza sui mercati.

**Ma quali sono le cose da fare per evitare gli errori più frequenti che le imprese commettono quando decidono di iniziare ad esportare i propri prodotti in un paese straniero?**

- 1. STUDIARE IL MERCATO:** è importante raccogliere ed analizzare, prima di avviare qualsiasi tipo di azione, la maggior quantità possibile di dati per comprendere quali siano i paesi target più adatti all'azienda ed ai suoi prodotti. È sempre consigliabile concentrarsi su un unico paese, in modo da condensare gli sforzi per massimizzare i risultati. Per questa ragione è fondamentale che il mercato di riferimento non venga selezionato in maniera casuale.
- 2. PIANIFICARE LE AZIONI DA INTRAPRENDERE:** affidarsi al caso non è mai una buona idea, soprattutto quando si tratta di far fruttare investimenti cospicui, come quelli che vengono solitamente impiegati per l'internazionalizzazione. La pianificazione è necessaria e indispensabile quando si decide di ampliare i propri mercati di riferimento. La mancanza di una strategia e di un accurato piano di azione può portare come conseguenza un maggior dispendio di risorse e di tempo.
- 3. ADEGUARSI AGLI USI E COSTUMI:** “Paese che vai, usanze che trovi!” Questo modo di dire riassume perfettamente un concetto fondamentale: ogni mercato ha le sue logiche, che devono essere ben studiate ed analizzate. Basti pensare al mondo Arabo, o a quello Asiatico, in cui religioni, costumi ed usanze si intrecciano, dando vita a culture estremamente differenti tra loro e che si riflettono inevitabilmente anche nel modo di fare business. O al mercato americano dove il voltaggio è diverso rispetto a quello europeo, oppure ai mercati anglosassoni dove si guida a sinistra. Per questo è indispensabile che sia l'azienda ad adattarsi al paese, ove possibile, e non viceversa!
- 4. AVERE UNA GIUSTA ORGANIZZAZIONE:** Ci è capitato spesso di osservare che molte aziende abbiano 20 o più persone, tra venditori interni ed agenti, con il compito di curare il mercato italiano, mentre una o al massimo due persone con la responsabilità di sviluppare le vendite nel resto del mondo. Questo banale esempio ci fa intuire immediatamente come

un'organizzazione non corretta pregiudichi a priori i risultati di espansione sui mercati esteri. Quando si parla di organizzazioni dedicate all'internazionalizzazione, non è soltanto una questione di numeri, ma bisogna verificare in particolare se il modello commerciale utilizzato nel mercato domestico sia applicabile a ciascun paese target. Infine è necessario, per il successo sui mercati esteri, che le persone dedicate a sviluppare i diversi paesi abbiano le conoscenze e le capacità adeguate a svolgere tale ruolo.

**5. AVERE STRUMENTI COMMERCIALI ADEGUATI:** andare da un cliente polacco con un prodotto italiano fornito di packaging, schede tecniche, istruzioni e modulistica in lingua italiana, può rendere quasi impossibile la vendita, anche al miglior venditore. Se poi pretendiamo di trovare nuovi clienti in Romania attraverso il passaparola e il sito aziendale è solo in italiano o tradotto in un inglese maccheronico, l'impresa diventa ancor più ardua!

Questi esempi estremizzati ci fanno comprendere come non sia possibile sottovalutare l'adeguamento a ciascun mercato estero di strumenti di marketing e comunicazione, oltre a quelli necessari per il corretto funzionamento del processo commerciale (ordini, listini, ecc...). Ricordiamoci sempre che tali strumenti sono il primo "biglietto da visita" che ricevono i nostri clienti e che spesso serve a formare una loro prima impressione su chi siamo. Rimediare ad una cattiva impressione risulta sempre difficile!

**6. CREDERE CHE L'ESTERO RISOLVA I PROBLEMI DELL'AZIENDA IN BREVE TEMPO:** avviare tali processi con l'obiettivo di risollevare in tempi brevi crisi aziendali, è sempre un errore perché i tempi dell'internazionalizzazione non coincidono mai con le tempistiche richieste delle diverse crisi. L'internazionalizzazione è un processo lungo e tortuoso, che, se ben gestito, porta a grandi risultati ma nel medio e lungo periodo. Gli investimenti, soprattutto quelli iniziali, possono essere importanti mentre i ritorni sono diluiti nel tempo.

In conclusione, possiamo dire che esportare non è una "mission impossible", ma con le dovute accortezze anche le PMI italiane possono accedere ai mercati esteri.

**Benedetti&Co** è una società di consulenza con sede a Brescia, Milano e Mumbai, che aiuta imprenditori e il loro management a sviluppare progetti di crescita aziendale, mettendo al servizio del cliente un team internazionale e specializzato di manager e professionisti con numerose esperienze imprenditoriali. È inoltre accreditata come esperto di **internazionalizzazione** sia presso la Regione Lombardia sia presso il Ministero dello Sviluppo economico.

Visita il nostro sito: <http://www.benedetti-co.it/>

---

### 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