

Argomenti

- **COSA VOGLIO FARE?**
- **BUDGET VENDITE**
- **DOVE VOGLIO ANDARE?**

COSA VOGLIO FARE?

‘Future Proofed’ Organisations Work on 3 Horizons in Parallel



1-12 Months

**Operational
Excellence**



1-3 Years

**Search for
Growth**



4-10+ Years

**Creating
the Future**

Cosa guida i nostri cambiamenti?

Investiamo per affrontare

- **i cambiamenti di mercato**
- **gli avanzamenti tecnologici**
- **gli obblighi legislativi**
- **o per contrastare la concorrenza**

Condivisibili.. ma celano due rischi:

**sono delle reazioni e sono imposte da qualcun altro che decide
dove dobbiamo andare**

Cosa guida i nostri cambiamenti?

Abbiamo una visione di chi/che cosa vogliamo diventare nei prossimi anni?

VISION

Anche di fronte a potenziali finanziatori, è molto importante dimostrare di possedere una propria visione che indichi

Í ciò che l'organizzazione vuole raggiungere!

indicando una direzione, facendo trasparire la propria ambizione e individuando gli obiettivi per misurare i progressi.



Il budget più importante

IL BUDGET VENDITE

**Il budget non è una
previsione.**

**Ma una assunzione di
responsabilità, un
impegno..**

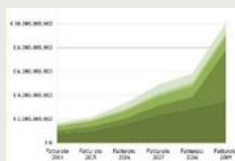
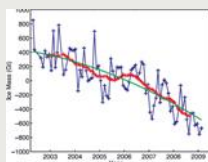


**Il budget non è una
autorizzazione a ..**

**Ma un programma di
azioni espresso in
termini monetari**



Il budget più importante



Storia

Strategia

Mercato

**BUDGET
DELLE
VENDITE**

Come elaborarlo

**Coinvolgendo quelli che lo
devono poi realizzare:**

AGENTI / VENDITORI

Come elaborarlo

Fornendo un'adeguata
lettura/informativa per clienti/prodotti

Clienti Prodotti	Italia		Estero		Totale

Aspetti Strategici

Dove vendere:

- ” CLIENTI ATTUALI
- ✓ Clienti persi / occasionali
- ✓ Richieste di offerta passate
- ” NUOVI POTENZIALI CLIENTI È IT/Estero

**Gestire il tempo tra gestione dei clienti attuali
(pianificazione) e la ricerca di clienti
potenziali (strategia d'ingresso)**



IL POTENZIALE DEL CLIENTE

Potenziale attuale

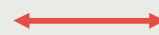
Sviluppo del potenziale



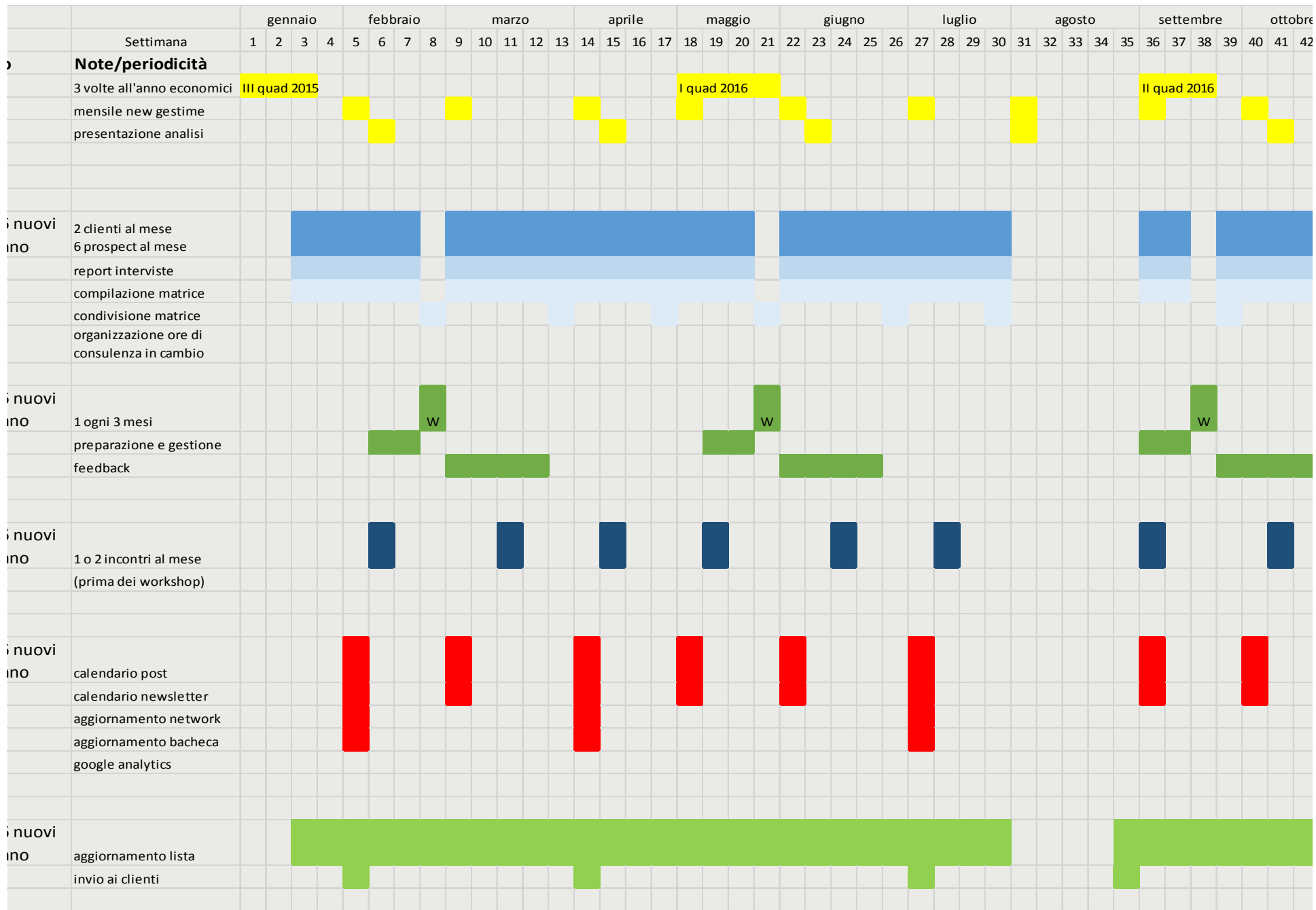
- “ Qual è la nostra parte sul potenziale?
- “ In questo potenziale non sfruttato, qual è la parte dei nostri concorrenti?
- “ Se il nostro cliente è in evoluzione, qual è la nostra parte in sviluppo?

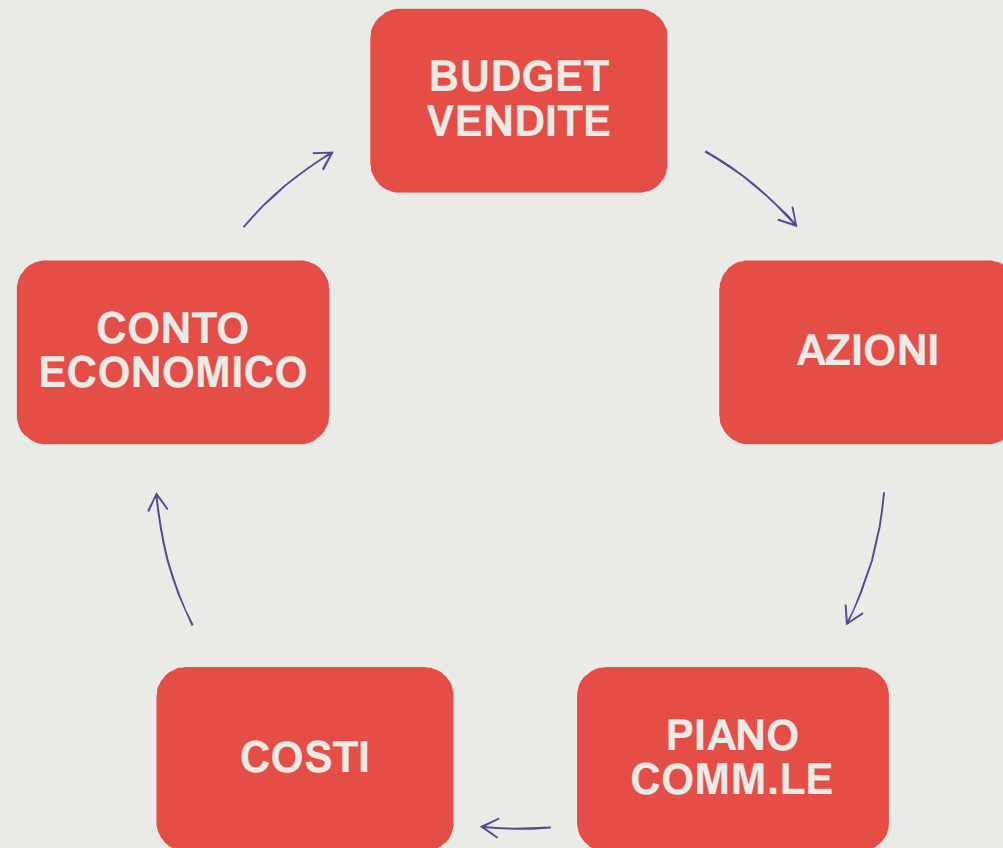
Possiamo ora comparare i nostri dati:

REALIZZATO



POTENZIALE





ASPETTI RILEVANTI

Leva reale

MOTIVAZIONE

GUIDA /
SOSTEGNO

TECNICA / METODO /
COMPETENZA

DOVE ANDARE?

Internazionalizzarsi = decisione strategica dell'azienda

Autoanalisi

Attrattività

Vs

Rischio

Flussi commerciali

import È export

SEO

Simest

Sace

Ice

Veneto Sviluppo

CCIAA

Unioncamere

Perché porta ripercussioni su tutta la struttura = si cambia pelle

Partire dalla nostra azienda e dalle nostre possibilità concrete di misurarci sui mercati esteri.

La nostra azienda è pronta da un punto di vista finanziario, risorse umane, legale, commerciale, comunicazione e progettazione?

Non è semplice = servono tempo, metodo e pianificazione

Partire dalla nostra azienda e dalle nostre possibilità concrete di misurarci sui mercati esteri.

La nostra azienda è pronta da un punto di vista finanziario, risorse umane, legale, commerciale, comunicazione e progettazione?

Occorre informarsi, raccogliendo alcuni dati relativi ai mercati di interesse

Opportunity Map

Flussi commerciali import È export

SEO

TOP 50 R&P OPPORTUNITY RANK 2015

RANK	COUNTRY/TERRITORY	SCORE
1	Qatar	114,3
2	Singapore	113,8
3	Australia	105,7
4	Norway	105,1
5	Switzerland	101,4
6	Sweden	98,5
7	New Zealand	96,0
8	Canada	95,1
9	Denmark	94,5
10	Luxembourg	93,8
11	United States of America	93,5
12	Germany	91,0
13	Finland	90,3
14	United Kingdom	89,5
15	Netherlands	85,8
16	Chile	84,4
17	Austria	82,5
18	Belgium	81,6
19	Korea, South	80,3
20	Japan	79,1
21	Hong Kong	74,3
22	France	72,6
23	Iceland	70,0
24	Ireland	67,8
25	Oman	67,3

RANK	COUNTRY/TERRITORY	SCORE
26	Estonia	64,9
27	Israel	63,9
28	Uruguay	61,5
29	Poland	61,1
30	Kuwait	60,8
31	Czech Republic	60,7
32	United Arab Emirates	59,7
33	Malaysia	59,5
34	Saudi Arabia	59,2
35	Spain	53,8
36	Slovak Republic	53,7
37	Malta	51,3
38	Lithuania	47,7
39	Portugal	47,6
40	Panama	47,3
41	Mexico	46,2
42	Costa Rica	45,2
43	Botswana	44,9
44	Italy	44,6
45	Taiwan	43,4
46	Peru	43,3
47	Colombia	41,9
48	Slovenia	41,7
49	Latvia	41,3
50	Bahrain	38,7

Flussi commerciali import - export

Individuazione codice doganale.

Ricerca gratuita su:

www.coeweb.istat.it (dati Istat)

oppure

www.intracen.org (dati Onu)

Flussi commerciali import - export

Cosa si può trovare?

- **Andamento dell'Export Italia**
- **Andamento dei principali importatori**
- **Andamento dei principali esportatori**
- **Trade balance**

Non è gratis = servono investimenti

Partire dalla nostra azienda e dalle nostre possibilità concrete di misurarci sui mercati esteri.

La nostra azienda è pronta da un punto di vista finanziario, risorse umane, legale, commerciale, comunicazione e servizi accessori?

Occorre informarsi, raccogliendo alcuni dati relativi ai mercati di interesse

Opportunity Map

Flussi commerciali
import È export

SEO

Simest

Sace

Ice

Veneto Sviluppo

CCIAA

Unioncamere

Primo orientamento

- **SIMEST:** la finanziaria di sviluppo e promozione delle imprese italiane all'estero. Controllata dal Governo Italiano e partecipata da banche, associazioni imprenditoriali e di categoria.
- **ICE:** agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane.
- **SACE:** gruppo assicurativo-finanziario attivo nell'export credit, nell'assicurazione del credito, nella protezione degli investimenti, nelle garanzie finanziarie, nelle cauzioni e nel factoring.
- **CCIAA:** enti autonomi di diritto pubblico che svolgono nel territorio di competenza funzioni di interesse generale per il sistema delle imprese.

SACE

- “ Assicurazione del credito;
- “ Report annuale in uscita ogni novembre su tendenze di internazionalizzazione e con bussola su opportunità ottenuta incrociando alcuni trend importanti di alcuni paesi esteri con nostri settori;
- “ Schede paese per misurazione del rischio.

ICE

- “ **Formazione (TEM ACADEMY);**
- “ **Ufficio start up, molto forte sulla promozione del settore biotech e biomedicale (le portano senza costi negli Stati Uniti);**
- “ **Esperienze importanti nel settore contract;**
- “ **Rete uffici all'estero;**
- “ **Schede paese (derivate da quella SACE);**
- “ **Diversi servizi gratuiti e su preventivo.**

CCIAA - UNIONCAMERE

- “ **Primo orientamento per le PMI;**
- “ **Capillarità sul territorio molto forte;**
- “ **Attivatori di progetti export per il territorio;**
- “ **Formazione;**
- “ **Gestione bandi;**
- “ **Aziende speciali (es. Promos in Lombardia o Veneto Promozione).**