


JORNADES TÈCNIQUES LES BORGES BLANQUES



Soc una empresa petita i vull exportar, per on començo?

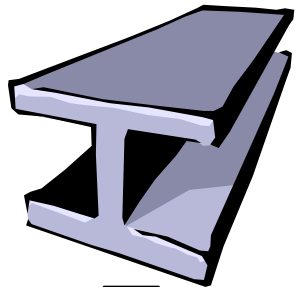
- 
1. Globalització
 2. Com començar a exportar?
 3. Punts de millora habitual
 4. Exemple d'una Fira

Vida personal

Carrera profesional



GLOBALITZACIÓ



Empresa



Institucions

How to increase entrepreneurship spirit in Europe?

ENTREPRENEUR VALUES

**OPEN MIND (GLOBAL
MARKET : SUPPLIERS,
CLIENTS, COMPETITORS)**

**PRO-ACTIVE (TAKE
DECISIONS)**

**INVESTMENT – PROFIT –
RISK ANALYSIS**

NETWORKING

**STRONG CONTINUOUS
FORMATION**

Evolució de les empreses...

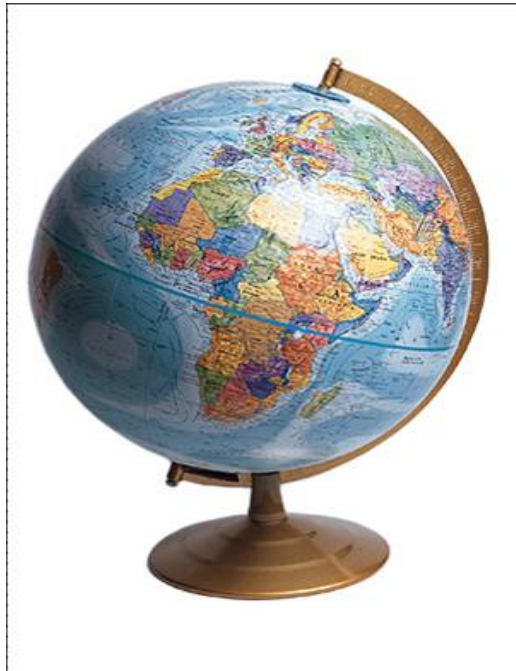
.... punts de millora

- Diverses fases
 - Vendes Locals
 - Vendes Nacionals
 - Vendes Nacionals + Països Afins (Mercat/Producte)
 - Vendes Nacionals + Vendes Exportació (PIME)
- Procés de creixement empresarial
 - La nostre actitud es activa o passiva?
 - **Venem o ens compren?**



Pla Estratègic

- Les decisions son corporatives



- Cal fer un anàlisi seriós previ
 - Mercats - Particularitats
 - Competidors - DAFO
 - Capacitat productiva
 - Polítiques de ventes
 - Polítiques de màrqueting
 - Recursos Humans disponibles
 - Recursos econòmics

REQUERIMENTS

- ¿Tenim un producte competitiu?
 - ✓ Preu
 - ✓ Diferenciació
 - ✓ Innovació
- ¿Tenim un líder?
- ¿Tenim recursos financers?
 - ✓ Investigació del mercat
 - ✓ Viatges
 - ✓ Màrqueting
 - ✓ Adaptació del producte
 - ✓ Assessorament legal, tècnic, estratègic.
- ¿Tenim capacitat de producció?
- ¿Tenim recursos humans?
 - ✓ Idiomes
 - ✓ Capacitat de viatjar
 - ✓ Tècnicament preparats



SELECCIÓ DE MERCAT

- Selecció de variables de prioritziació
- Obtenció de dades
- Ponderació de les dades
- Anàlisi de les dades
- Introducció dels elements subjectius
- Selecció de mercats

- Anàlisi previ de mercats seleccionats
- Selecció de fonts d'informació
- Obtenció de referències
- Contacte
- Tasca comercial

- Feedback
- Adaptació estratègica



Marketing Mix

Product

Price

Place

Promotion

+

PUBLICITAT

RELACIONS PÚBLIQUES

**PLA DE PROMOCIÓ INTERNACIONAL
(P.P.I.)**

Finançament i tresoreria

- Important els terminis de pagament es fan més curts
- Exportant els terminis de cobrament es fan més llargs.
- La operativa en divises i en instruments de pagament pot requerir garanties i generar costos
- Assegurament del risc
- El creixement de vendes requereix circulat



Logística

- Enviaments : Cost pes-volum
 - Marítim
 - Terrestre
 - Aeri
 - Ferroviari
- Pallets : Packaging i apilat
- Etiquetatge i altres acabats
- Incoterms

- Contractar o subcontractar?



Imatge

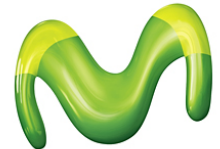
- La primera imatge es fonamental
- Un comprador decideix contactar amb poca interlocució directe amb l'empresa.



- A on hem tenir més atenció
 - WEB
 - Direcció de la empresa
 - Instal·lacions
 - Fires, congressos, etc.
 - Formes
 - Puntualitat
 - Contestació mails, trucades
 - Tracte personal

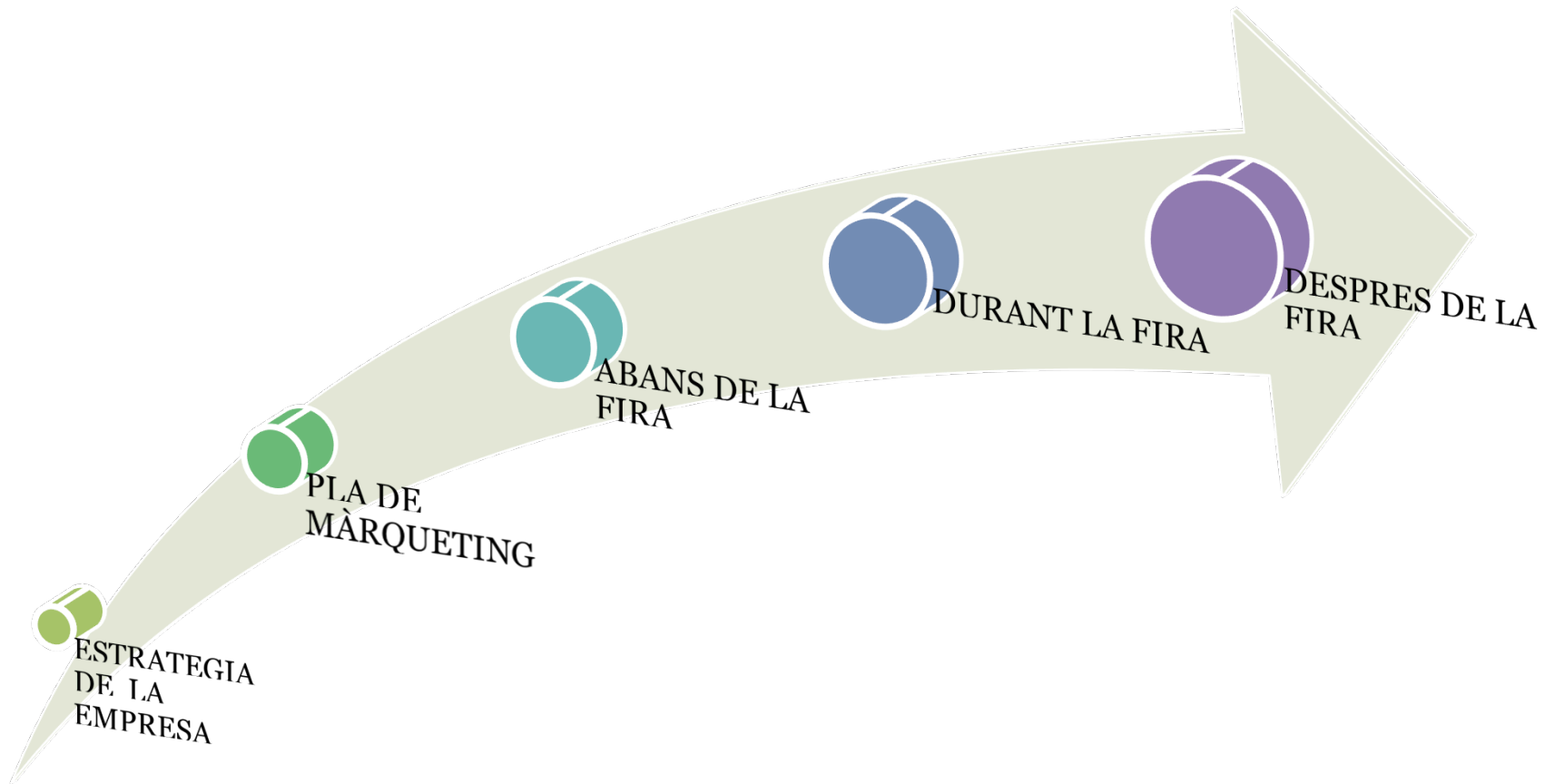
Marca

- Es el que reconeix el client final
- Permet reduir la dependència de la distribució
- Una mala imatge d'entrada en una país pot ser molt difícil de recuperar



.... exemple....anar a una Fira : abans,
durant i després





Part I : Estratègia de l'empresa

- ¿A que es dedica l'empresa?
- ¿Què vull vendre, a quin mercat i com vull fer-ho?
- ¿De quants recursos econòmics dispo?
- ¿De quins recursos humans dispo?

Part II : Pla de Màrqueting

- ¿Quin objectiu tenen les Fires dintre del Pla de MKT?
- ¿Quantes Fires haig de fer i en quins llocs?
- ¿Quines ajudes i suports podem tenir?

5.- Cada Fira es una inversió dintre de l'estratègia de MKT de l'empresa, cal definir els objectius i retorn esperat .

- La Fira es una acció molt costosa, en diner i temps.
- Per moltes empreses serà la primera imatge que tenen de nosaltres.
- Per molts països serà la primera imatge que tindran de nosaltres.
- Cal definir els objectius i els indicadors del retorn



Part III : Abans de la Fira: Full de ruta

- ¿Quin objectiu tenim per la Fira?
- ¿Com puc optimitzar la meva inversió abans de la Fira?
- Seleccionar i comunicar-se amb els interlocutors adients
- ¿Quina informació de mercat vull obtenir?

10.- Contactar i convidar a venir a les persones i empreses que ens interessin

- Treballar bases de dades
- Analitzar perfils
- Preparar oportunitats
- Contactar persones i empreses
- Crear una agenda
- Aprofitar les invitacions de la Fira
- Fer-ho amb temps





Part IV : Durant la Fira

- Seguiment de l'agenda i full de ruta
- ¿Puc aprofitar per fer relacions públiques?
- Gestió dels imprevistos
- Gestió de les oportunitats

12.- Obtenir informació de la competència

- Productes
- Innovacions
- Clima laboral
- Situació general empresa
- Canvis de venedors i tècnics
- Distribuïdors



Part V : Després de la Fira

- Agraïments
- Seguiment de contactes, acords i potencials vendes
- Valoració objectiva de la Fira

16.- El primer pas per mantenir un contacte i crear una relació es enviar un agraïment!

- Un senzill mail
- Ràpid
- Sense més pretensions



17.- ... i després del agraïment cal fer seguiment ... dels contactes bons a curt termini i els que ho poden ser a mig – llarg termini!

- Seguiment continuat
- No sempre contactes per temes de negocis
- Manténir les relacions



Gràcies per la
vostre atenció!

...i ara es temps de

