

CANALI DISTRIBUTIVI E RAPPORTI CON GLI INTERMEDIARI NEI MERCATI ESTERI

Contenuti del corso

Durata 16 ore

Obiettivi

La concorrenza internazionale, la crescita di taluni paesi e l'aumento del consumo di certi prodotti, fanno sì che l'esigenza di esportare sia sempre più reale per le aziende. Da queste considerazioni possiamo dunque trarre la constatazione che oggi la volontà di esportare o importare non può essere assolutamente affrontata con sufficienza e superficialità. Un modo per essere protagonisti nei mercati mondiali, anche alla luce della enorme crisi del 2008 è proprio quello di analizzare, gestire e dare nuovo impulso al sistema distributivo dei propri prodotti nei vari mercati esteri. Essere sempre più vicino ai consumatori e creare l'indispensabile relazione con i clienti. La costruzione di un canale distributivo ha come presupposto un rapporto di partnership improntato sulla fiducia reciproca e sulla definizione di chiari obiettivi comuni.

Programma

- Le regole del marketing in relazione al sistema distributivo
- Come le vendite possono essere incrementate grazie ad un innovativo ed efficace sistema distributivo
- I protagonisti del sistema distributivo
- I canali distributivi
- le caratteristiche dei diversi canali

- le condizioni per creare un solido rapporto di partnership
- Business plan e piani di marketing comuni
- gli aspetti operativi: le modalità di realizzazione e la gestione
- Le varie tipologie di rapporti con gli intermediari interni ed esterni all'azienda
- Nuove strategie di distribuzione come nuovi obiettivi di vendita
- Le statistiche e le indagini per migliorare le performance del sistema distributivo e delle vendite interne ed internazionali
- I nuovi scenari della distribuzione come reazione alla grandi crisi del 2008.

La didattica privilegia un taglio applicativo e concreto, presentando strumenti e metodologie "su misura" per le PMI.

Destinatari

Imprenditori Responsabili Export - Responsabili Import – Responsabili Uffici Acquisti - Responsabili Marketing che devono sviluppare iniziative sui mercati internazionali - Responsabili e collaboratori dell'Ufficio Export e Import - Segretarie e assistenti export e import – Assistenti che debbano seguire lo sviluppo di attività internazionali.