

**Corso di 3 giornate**

**STRATEGIE DI MARKETING  
INTERNAZIONALE**

**Il marketing nell'era globale  
raccontato attraverso casi reali**



**ANTONELLA PESCIO**  
MARKETING STRATEGICO • RISULTATI OPERATIVI

# Destinatari

---



- > Imprenditori
- > Top manager
- > Direttori Commerciali e Marketing
- > Export Manager

# Obiettivi e Key Learning

---



Queste lezioni, interamente basate su **case history** ed **esercitazioni pratiche**, si propongono di fornire ai partecipanti in modo concreto, interessante e chiaro una guida passo passo e degli esempi pratici che li rendano in grado, al termine delle 3 giornate, di:

- > **Individuare i mercati esteri a maggior potenziale** per la loro azienda, analizzando per ciascuno di essi la **concorrenza**, la segmentazione di mercato e la **customer journey** dei segmenti/ personas chiave
- > Progettare la **strategia commerciale/ marketing d'ingresso nei mercati esteri più attraenti**
- > Individuare il **posizionamento** vincente del proprio **brand** ed elaborare il piano strategico di marketing per affermarlo su scala **globale**
- > **Definire le KPIs per misurare i risultati** delle azioni di marketing **nei mercati esteri chiave**

## #5 SUPPORTARE IL LANCIO DI UN PRODOTTO INNOVATIVO CON L'E-LEARNING

### SETTORE Design

#### AZIENDA

Si tratta di uno dei marchi di design di un importante gruppo ceramico con un fatturato complessivo di circa 300 milioni di euro.

#### SFIDA

L'azienda aveva introdotto un innovativo gres laminato, realizzato con tecnologia rivoluzionaria e adatto ad applicazioni speciali. Aveva costruito una rete ad hoc per promuoverlo presso il target progettisti, ma il prodotto faticava a decollare perché i rivenditori non conoscevano proprietà, valenze e campi di utilizzo non sapevano proporlo, argomentarlo e giustificare il premium price ad architetti e consumatori finali.

#### PROGETTO

E' stata sviluppata una piattaforma e-learning per proporre corsi «in pillole» a distanza che trasferissero in maniera interessante e memorabile al venditore di sala mostra tutte le informazioni utili a proporre ed argomentare al meglio il prodotto.

Alla formazione è stato abbinato, come ulteriore incentivo, un concorso che premiava coloro che avevano completato tutti i corsi e superato i test di verifica con punteggi top e rientravano nella classifica trimestrale dei venditori top.

#### RISULTATI

Il 30% dei rivenditori si sono iscritti all'iniziativa e di questi più di un terzo hanno completato tutti i moduli formativi proposti e si sono classificati.

Nei 3 mesi di durata dell'iniziativa (set-nov 2011) il fatturato degli iscritti è stato del 12% superiore alla media di mercato e quello dei classificati del 22% superiore.

L'incidenza del gres laminato sul fatturato nei 3 mesi di iniziativa è stata del 17% tra gli aderenti all'iniziativa vs. il 12% di media.

## L'approccio formativo è basato interamente su casi aziendali reali e “vissuti”, esercitazioni e su workshop interattivi, per:

- Trasferire metodologie e competenze in modo **interessante, efficace, concreto** e memorabile
- Valorizzare al massimo l'**esperienza** e il **contributo dei partecipanti**
- Consentire loro di acquisire contemporaneamente **competenze strategiche** e metodologie **operative**
- Garantire la massima **flessibilità** del percorso formativo, che è tarato sulle esigenze e gli interessi specifici dell'aula

## Il corso è articolato in 3 incontri di 8 ore

- 1. Il valore del Brand nel mercato globale e il Piano Strategico per affermarlo**
- 2. Dalla Segmentazione di mercato alla Customer Journey**
- 3. Dalla Customer Journey al piano strategico di marketing: case history di marketing internazionale**

# 1° giornata: Il valore del Brand nel mercato globale e il piano strategico per affermarlo



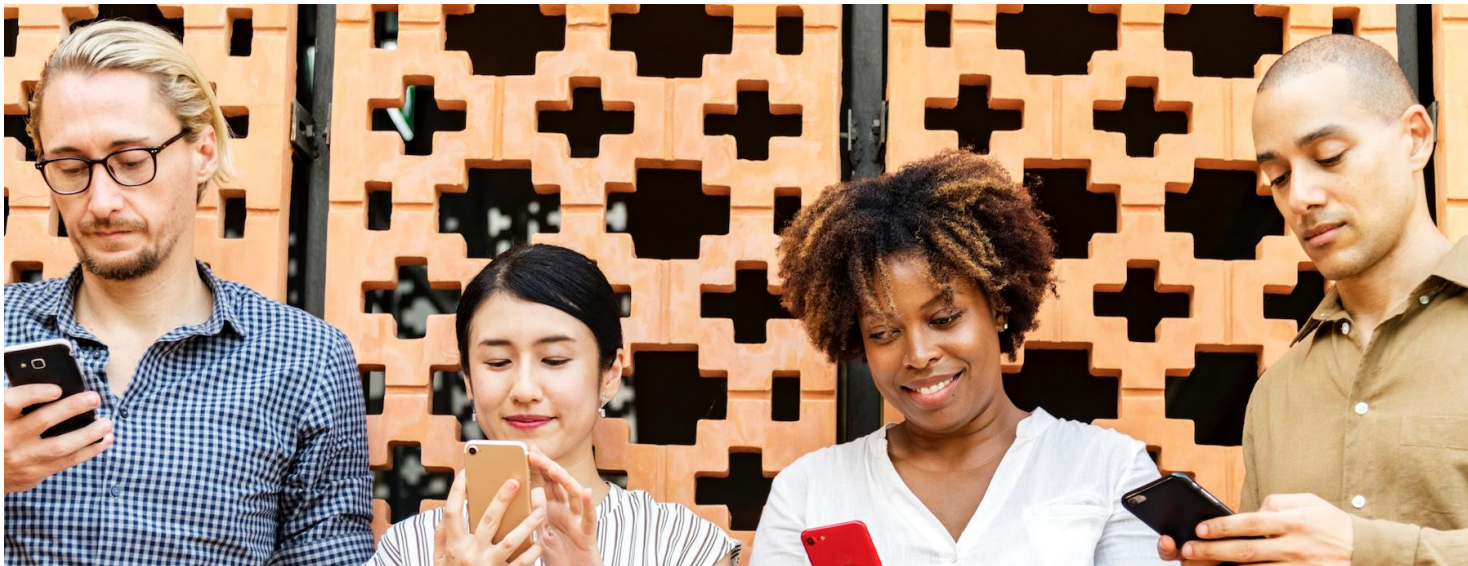
- > Il valore del brand nel mercato globale
- > Il brand si costruisce con tutte le leve del marketing mix: workshop
- > Anatomia di un brand globale: un caso reale
- > Il piano strategico di marketing internazionale: un esempio concreto
- > Costruzione passo passo del piano strategico di marketing internazionale:
  - L'individuazione dei mercati a più alto potenziale
  - L'analisi competitiva internazionale: esempio ed esercitazione in team
  - I fattori chiave di differenziazione: esempio ed esercitazione in team



## 2° giornata: Dalla Segmentazione di mercato alla Customer Journey



- > La segmentazione di mercato: esempio pratico ed esercitazione in team
- > Il posizionamento di una marca globale: esempio pratico ed esercitazione in team
- > La segmentazione e l'individuazione delle Personas principali
- > La Customer Journey come base per progettare la struttura commerciale internazionale
- > il piano marketing internazionale e le KPIs per misurare i risultati dell'azioni commerciale fase per fase: esempio pratico ed esercitazione in team





# 3° giornata: Dalla Customer Journey al piano strategico di marketing: case history di marketing internazionale



- La Customer Journey come punto di partenza del piano strategico di marketing: un esempio concreto
- Case history e testimonianze di marketing internazionale, ad es.:
  - Affermare un marchio di cucine di design nei mercati chiave a livello mondiale
  - Rafforzare la presenza di un'azienda tecnica sui mercati internazionali
  - Lanciare a livello internazionale una innovativa start-up della decorazione d'interni
  - Avviare start-up della filiale americana di primaria azienda alimentare italiana







## Antonella Pescio

- Laurea in Economia e Commercio e MBA alla Columbia Business School di New York
- Ha maturato significative esperienze nel marketing internazionale in **Colgate-Palmolive, Barilla, Quaker, illycaffè** e **Bisazza Mosaico**
- Oggi è consulente e temporary manager specializzata in marketing strategico, digitale ed internazionale
- Ha seguito progetti per clienti come **Manfrotto, Gruppo Cimbali, Automobili Lamborghini, Mastrotto Group, Cesar Cucine**
- Formatrice in azienda, collabora con UNIS&F e ha collaborato con Ca' Foscari Challenge School, Cuoia ed Istud come docente di marketing nei corsi master
- Parla correntemente inglese, francese e spagnolo e discretamente tedesco