STRATEGIE DI MARKETING INTERNAZIONALE

Il marketing nell'era globale raccontato attraverso casi reali

ANTONELLA PESCIO
MARKETING STRATEGICO · RISULTATI OPERATIVI

Trainer

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 di sviluppo del business internazionale e contract per clienti come **Lea Ceramiche, Ceramiche Piemme, Cesar Arredamenti, Azzurra Sanitari, Gruppo Inda-Samo, Mastrotto Group**
- Formatrice in azienda, collabora con UNIS&F e Niuko e ha collaborato con Ca' Foscari Challenge School, Cuoa ed Istud come docente di marketing nei corsi master
- Parla correntemente inglese, francese e spagnolo e discretamente tedesco

Destinatari

- Imprenditori
- Top manager
- Direttori Commerciali e Marketing
- Export Manager
- Tutti coloro che voglio acquisire una metodologia strutturata per progettare la strategia commerciale/ marketing della propria azienda, sviluppare il suo business ed affermarne il marchio a livello internazionale

Obiettivi e Key Learning

Questo percorso formativo in due moduli, interamente basato su **case history** ed **esercitazioni pratiche,** si propone di fornire ai partecipanti in modo concreto, interessante e chiaro una guida passo passo e degli esempi pratici che li rendano in grado, dopo aver completato entrambi i moduli:

- **Individuare i mercati esteri a maggior potenziale** per la loro azienda
- Analizzare per ciascuno di essi la **concorrenza** e la segmentazione di mercato
- Mappare la **customer journey** dei segmenti/ personas chiave
- Progettare la **strategia commerciale/ marketing d'ingresso/ consolidamento nei mercati esteri più attraenti**
- **Definire il piano commerciale/ marketing e le azioni concrete da implementare per conquistare/ consolidare uno specifico mercato estero e le KPIs per misurarne i risultati**

Proprietà intellettuale di Antonella Pescio Consulting S.A.S – riproduzione vietata

Approccio formativo

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 conoscendone proprietà, valenze e campi di utilizzo non sapevano proporlo, argomentarlo e giustificarne 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

Proprietà intellettuale di Antonella Pescio Consulting S.A.S – riproduzione vietata

Percorso formativo

Il corso è articolato in 3 moduli per un totale di 12 giornate

Primo modulo

Analisi competitiva e di mercato e affermazione di un marchio globale

(4 giornate)

Secondo modulo

La Customer Journey nel mercato chiave

(4 giornate)

Terzo modulo

Dalla Customer Journey alla strategia commerciale internazionale

(4 giornate)

Proprietà intellettuale di Antonella Pescio Consulting S.A.S – riproduzione vietata

Primo modulo: Analisi competitiva e di mercato e affermazione di un marchio globale - 4 giornate

- Il valore del brand
- Il brand si costruisce con tutte le leve del marketing mix: workshop
- Anatomia di un brand globale: un caso reale
- L'analisi competitiva e di mercato e l'individuazione dei mercati esteri a più alto potenziale per la nostra azienda: interviste interne, metodologia, esempio concreto ed applicazione guidata
- La segmentazione di mercato e le interviste esterne: individuazione delle figure da intervistare, definizione delle tracce di intervista, metodologia, esempio concreto ed applicazione guidata

Proprietà intellettuale di Antonella Pescio Consulting S.A.S – riproduzione vietata

Secondo modulo: la Customer Journey nel mercato chiave 4 giornate

- La segmentazione e l'individuazione delle Personas principali nel mercato estero chiave: metodologia, esempio concreto ed applicazione guidata
- La Customer Journey della principale persona e i touch-points: metodologia, esempio concreto ed applicazione guidata
- L'estrazione dei fattori chiave di differenziazione: metodologia, esempio concreto ed applicazione guidata
- Architettura di marca a livello globale e gestione di portafogli multibrand: metodologia, esempio concreto ed applicazione guidata
- Il posizionamento di una marca globale in uno specifico mercato estero: metodologia, esempio concreto ed applicazione guidata

Proprietà intellettuale di Antonella Pescio Consulting S.A.S – riproduzione vietata

Terzo modulo: dalla Customer Journey alla strategia commerciale internazionale – 4 giornate

- Dalla customer journey alla strategia commerciale/ marketing d'ingresso/ consolidamento nello specifico mercato estero: metodologia, esempio concreto ed applicazione guidata
- La strategia commerciale e distributiva internazionale e l'organizzazione di vendita per implementarla: case history concrete ed applicazione guidata
- Il piano commerciale/ marketing di ingresso/ consolidamento per lo specifico mercato estero e le KPIs per misurare i risultati dell'azioni commerciale fase per fase: metodologia, esempio concreto ed applicazione guidata