

Risultati attesi

Il progetto si prefigge lo scopo di trasferire alle aziende conoscenze e competenze al fine di stimolare le dinamiche imprenditoriali che possano essere utilizzate da volano per l'impresa; inoltre mira a fornire:

- Gli strumenti e tecniche per strutturare e valutare il proprio progetto di internazionalizzazione
- Accompagnamento per lo sviluppo dell'attività di import/export da parte di un esperto in tematiche di internazionalizzazione
- Sportello per la prestazione di servizi di assistenza e consulenza alle imprese mirato allo sviluppo di nuovi mercati esteri



Progetto

Pianificare per competere

“Pianificare per competere” – è un progetto che ha la finalità di sviluppare il percorso di internazionalizzazione nelle realtà imprenditoriali al femminile.

L'obiettivo del progetto è quello di aiutare le PMI a rafforzare la loro presenza sui mercati esteri, cercando il più possibile di concentrare le risorse in un unico percorso che consolidi l'imprenditorialità delle aziende beneficiarie con un miglioramento competitivo organizzando un corso di formazione specialistico e settoriale che consenta di individuare, attraverso il confronto con esperti e professionisti, problemi, soluzioni e prospettive.

Da una indagine condotta da Unioncamere Piemonte e Centro Estero su un campione di imprese esportatrici emerge ancora un approccio ai mercati esteri di tipo occasionale, non strutturato né strategico. I mercati internazionali sono visti, in special modo dalle imprese di più piccola dimensione, come unica soluzione alla debolezza della domanda interna, ossia come strategia difensiva una tantum nei momenti di congiuntura negativa. Occorre invece far crescere nelle imprese una cultura dell'internazionalizzazione in senso attivo ed espansivo, volta non soltanto ad esportare, ma anche nel cogliere le opportunità attraverso partnership con imprese estere o nel cercare di aggregarsi per competere meglio sui mercati internazionali.

Le imprese beneficiarie parteciperanno ad un corso formativo, con la collaborazione operativa con il Centro Estero per l'Internazionalizzazione del Piemonte, sulla cultura e gli strumenti del commercio estero, come fattore strategico di sviluppo, al fine di consolidare nel tempo le performance di crescita.

Nella fase finale del percorso, affinché il servizio fornito possa portare benefici alle realtà aziendali, è previsto un check up aziendale, fornito da un esperto che, studierà la realtà aziendale individuando problemi, soluzioni e prospettive.

Per ulteriori informazioni rivolgersi a:

Apid-Imprenditorialità Donna

Responsabile: Sara Torre

Via Pianezza 123 – 10151 Torino

Tel. 011 4513282

e-mail: apid@apito.it

www.apid.to.it

Il progetto è rivolto a 12 imprenditrici - o dipendenti con ruoli di responsabilità - di settori diversi, che desiderano sviluppare la presenza della loro impresa sui mercati esteri in termini di immagine, strategie commerciali e di marketing formativo.

Il percorso progettuale è suddiviso in 4 fasi:

1. **Meeting informativo** sul lancio dell'iniziativa e della nuova opportunità per le imprese;
2. **Sportello di consulenza e accompagnamento** che potrà essere fruito da tutte le aziende associate;
3. **Programma didattico**: Le giornate formative verteranno su tre macro aree:
 - Il business plan per l'estero: Strumenti e tecniche per strutturare e valutare il proprio progetto di internazionalizzazione;
 - La promozione, la comunicazione e le tecniche di negoziazione;
 - Marketing relazionale e fidelizzazione: le chiavi di volta per competere nei mercati internazionali.
4. **Check up aziendale**.

Nel dettaglio il progetto prevede:

Formazione frontale

Il corso base fornirà gli strumenti utili a conoscere le tecniche del commercio estero e a competere in contesti diversi da quelli di origine. Gli argomenti trattati saranno organizzati in moduli che svilupperanno i vari aspetti dell'import/export.

I temi affrontati riguardano:

I modulo: Il business plan per l'estero: strumenti e tecniche per strutturare e valutare il proprio progetto di internazionalizzazione

- Il mercato di riferimento
- L'ambiente politico normativo
- L'analisi dei clienti
- L'analisi della concorrenza
- La strategia aziendale
- L'offerta
- La fattibilità economico-finanziaria
- I fabbisogni e la loro copertura

II modulo: La promozione, la comunicazione e le tecniche di negoziazione

- Tecniche per presentare l'azienda e i suoi prodotti
- Promuovere il proprio business: la comunicazione scritta
- Negoziare con il cliente

III modulo: Marketing relazionale e fidelizzazione: le chiavi di volta per competere nei mercati internazionali

- Gestire e migliorare il rapporto con il cliente
- Customer satisfaction e customer loyalty
- Il Customer service

È stato predisposto un questionario da far compilare alle candidate, finalizzato a definire le competenze di ingresso delle imprenditrici iscritte al fine di rispondere agli effettivi fabbisogni e necessità di approfondimenti formativi.

Tutte le tematiche saranno tarate sulle necessità delle micro e piccole imprese, ciò si rende necessario per creare percorsi mirati ed effettivamente utili e fruibili dalle imprese associate. Il Centro Estero per l'Internazionalizzazione del Piemonte, in veste di esperto conoscitore di questi temi, è coinvolto come erogatore della formazione.

Periodo di realizzazione: febbraio - aprile 2010

Qualità

Check up aziendale

Terminata questa fase un esperto si recherà nelle aziende delle beneficiarie e incontrerà le imprenditrici instaurando un rapporto conoscitivo, di scambio ed insieme verificheranno l'organizzazione dell'impresa sotto il profilo dell'internazionalizzazione individuando punti di forza e di debolezza. Le informazioni acquisite costituiranno il punto di partenza fondamentale per individuare interventi mirati volti a migliorare la performance e a risolvere problemi specifici.

Sportello di consulenza e accompagnamento

Obiettivo dello sportello è supportare le imprenditrici nella definizione degli interventi da effettuare in materia di internazionalizzazione che ritengono strategici ai fini della crescita dell'impresa sui mercati internazionali.

Lo scopo è orientare le imprenditrici alla consapevolezza che qualsiasi idea, per concretizzarsi sul mercato, debba essere prima disegnata, progettata e verificata con la realtà. Il modello proposto si pone come strumento metodologico attraverso il quale supportare le imprenditrici nella definizione delle future politiche imprenditoriali di espansione.

In termini qualitativi:

- Capacità di elaborare un'idea progettuale in tutte le sue fasi di progettazione, pianificazione e confronto con la realtà
- Capacità di redigere un business plan
- Capacità di elaborare strategie export-oriented
- Capacità di individuare nuovi mercati
- Capacità di confrontarsi con nuove esperienze

La formazione e lo sportello si svolgeranno presso la sede di Apid mentre per il check up aziendale l'esperto potrà recarsi in azienda per conoscere direttamente la realtà dell'impresa.