

# Le PMI italiane all'estero: gli errori da evitare

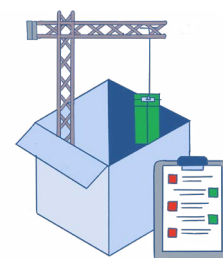


#Exportclass  
Grow your expertise

# Quali errori evitare?

1.

*Concentrarsi troppo  
sul proprio prodotto  
o servizio*

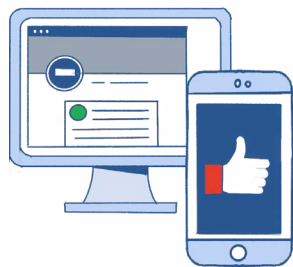


*Voler vendere  
su troppi mercati* 2.

3. *Dipendere da  
un solo mercato*



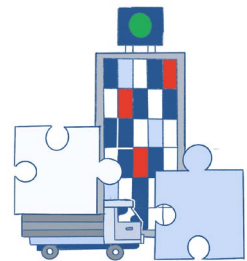
**4.** *Sottovalutare la concorrenza estera*



*Trascurare la comunicazione aziendale*

**5.**

**6.** *Non coinvolgere tutta l'azienda*



*Avere fretta* **7.**

# 1.

## Concentrarsi troppo sul proprio prodotto o servizio

### **Errore**

Gli imprenditori **troppo** affezionati al proprio **prodotto/servizio** sono spesso restii all'idea di doverlo adattare alle caratteristiche del mercato di destinazione pensando che sia sufficiente trasferire la propria esperienza da un mercato all'altro. Ma il successo nel mercato domestico **non assicura** automaticamente il **successo** altrove.

A parte qualche eccezione, ad esempio nel caso dei beni strumentali che necessitano di un alto grado di standardizzazione transnazionale, il posizionamento oltreconfine dei propri prodotti/servizi richiede un processo di adattamento alle peculiarità dei paesi di destinazione.

### **Consigli**

- **Valutare la compatibilità dei mercati.**  
Nell'approcciare nuovi mercati è fondamentale **condurre un'attenta analisi** del loro contesto socio-economico, per comprendere la **compatibilità dell'offerta con le condizioni della domanda** e pianificare una strategia di posizionamento adeguata.
- **Essere flessibili sui propri prodotti e servizi.**  
La flessibilità nel **customizzare** le soluzioni e i prodotti che si portano all'estero può essere fonte di **vantaggio competitivo** se si è in grado di adattare la propria offerta conservando le proprie competenze distintive.  
Spesso la strategia di adattamento di un prodotto per un nuovo mercato richiede cospicui investimenti finanziari e in R&S e può variare da modifiche

tecnologicamente semplici sino a più complessi interventi di riprogettazione.

Si può anche scegliere di lasciare invariato il proprio prodotto o servizio ma posizionarlo adottando strategie di marketing differenziato, ossia lasciando invariata la brand promise ma con un marketing mix adattato al paese di destinazione.

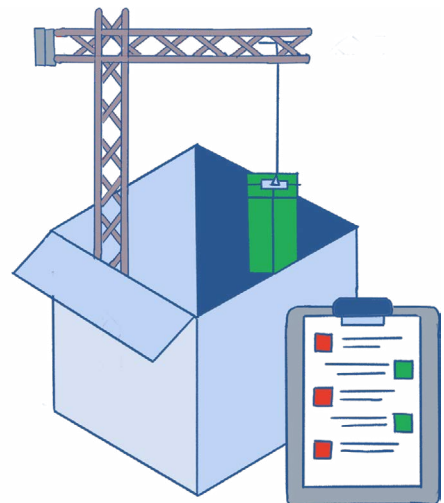
- **Entrare in maniera soft nel mercato target.**  
Per far conoscere il proprio prodotto/servizio, almeno in una prima fase, è consigliabile adottare un approccio soft per l'ingresso in un nuovo mercato. Ad esempio si potrà vendere il proprio prodotto in modalità private label e successivamente pensare a posizionarsi con il proprio marchio.

### **Limiti**

- Normativa differente
- Consumatori diversi
- Preferenze di acquisto e consumo diverse

### **Fondamentali**

- Condurre analisi di mercato
- Comparare i costi di adattamento da sostenere con le risorse **finanziarie a disposizione**
- Conoscere a fondo il **processo di acquisto della clientela**





## 2.

### *Voler vendere su troppi mercati*

#### **Errore**

Spesso si rischia di esagerare, pensando di poter essere presenti da subito su più paesi.

#### **Consiglio**

- **Concentrare l'attenzione su selezionati mercati-obiettivo.**

Non esiste un numero ideale di mercati su cui indirizzarsi. È bene farsi guidare da **un'analisi dell'attrattività e dell'accessibilità** dei mercati, adottando un approccio sequenziale o parallelo ben pianificato nel tempo.

**Approccio sequenziale:** posizionarsi nel paese più appetibile, raggiungere il più rapidamente possibile un'elevata quota di mercato, rifare lo stesso processo in un altro mercato.

**Approccio parallelo:** Entrare in più paesi di interesse contemporaneamente ma seguendo una strategia ben pianificata puntando sulle proprie competenze distintive e vantaggio competitivo. Per poter scegliere al meglio, occorre dedicare il tempo necessario allo studio dei mercati, servendosi anche dei **vari strumenti** gratuiti a disposizione sul web.

#### **Strumento**

##### **Risk&Export Map di SACE SIMEST**

Pubblicazione annuale che elenca i rischi e le opportunità del contesto macroeconomico di ogni Paese.

Scopri di più

[sacesimest.it/mappe](http://sacesimest.it/mappe)

## 3.

### *Dipendere da un solo mercato*

#### **Errore**

Il rischio opposto è investire **tutto in un solo mercato**. In caso di cambiamento delle condizioni macroeconomiche o commerciali del paese, il nostro business risulterebbe dipendente da un'unica economia, risentendo così della sua **instabilità finanziaria ed economica**.

#### **Consiglio**

- **Diversificare il rischio commerciale.**  
Anche partendo da un mercato pilota, è bene **ampliare la propria presenza all'estero** per evitare di dipendere troppo da un singolo mercato estero. Una **strategia di diversificazione geografica** nel medio-lungo termine può aiutare dunque a mitigare tale rischio.

#### **Fondamentali**

- Conoscenza dei mercati
- Strategie d'ingresso ad hoc per mercati differenti
- Pianificazione di medio-lungo termine



# 4.

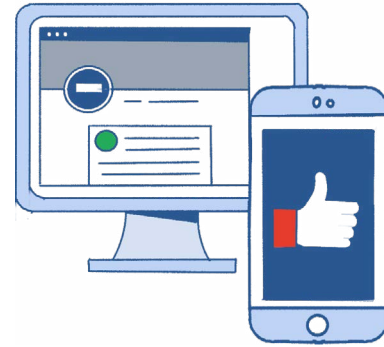
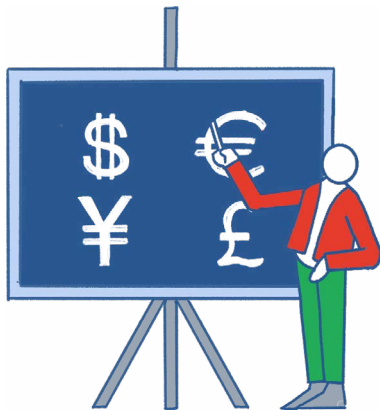
## *Sottovalutare la concorrenza estera*

### **Errore**

Trascurare la conoscenza dei nostri competitor è un errore che potrebbe minare il successo del nostro piano export. Bisogna conoscere le caratteristiche dei prodotti dei nostri concorrenti diretti: la distribuzione, i prezzi e la strategia di comunicazione. In questo modo possiamo attivare le leve giuste per **posizionarci ed emergere** in un mercato fortemente competitivo.

### **Consiglio**

- **Conoscere i propri competitor sia sul territorio nazionale che oltreconfine.**  
Partecipare alle **fiere di settore** all'estero è un modo efficace per verificare chi sono i player e qual è il loro posizionamento.  
Anche una semplice **ricerca su internet** per categoria di prodotto/servizio può fornirci informazioni preziose.



# 5.

## *Trascurare la comunicazione aziendale*

### **Errore**

Spesso, a fronte di forti investimenti nel miglioramento del proprio prodotto e in R&S, per ottimizzare le risorse aziendali si sacrificano gli investimenti sulla visibilità del brand. In uno scenario globale dominato da **ipercompetitività**, in mancanza di un'adeguata comunicazione, l'aspetto della qualità rischia di passare inosservato.

### **Consiglio**

- **Investire sulla propria brand identity.**  
La comunicazione e il marketing ci aiutano a farci **conoscere e ricordare**. Specialmente in mercati affollati, un investimento in questo senso genera un ritorno importante rispetto alla **competitività**.

### **Fondamentali**

- Dotarsi di una presenza web adeguata
- Localizzare il proprio sito in maniera efficace
- Pianificare campagne pubblicitarie

# 6.

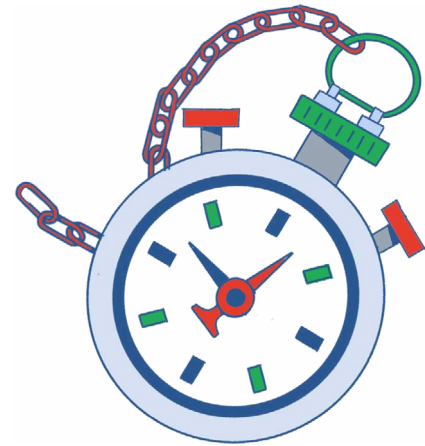
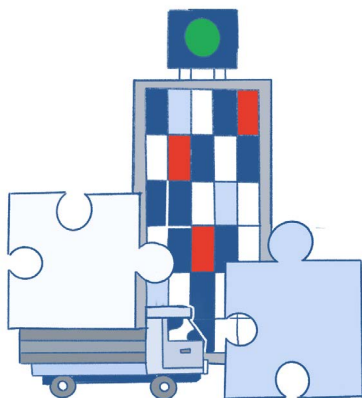
## Non coinvolgere tutta l'azienda

### **Errore**

Un altro errore in cui si potrebbe incorrere è quello di **demandare la gestione delle attività all'estero** alla singola figura dell'Export Manager, alla funzione commerciale o a consulenti esterni non sufficientemente inseriti nel contesto aziendale. Per rendere l'impresa più forte e solida, è necessario coinvolgere tutta l'azienda nel nuovo progetto di sviluppo e dare continuità al processo.

### **Consigli**

- **Far convergere tutte le funzioni aziendali verso l'obiettivo.**  
Il progetto di sviluppo all'estero riguarda **tutta l'organizzazione** di un'azienda, ognuno deve **contribuire alla strategia** comune e convergere verso lo stesso obiettivo.
- **Continuare a coinvolgere l'Export Manager.**  
Dotarsi di una figura dedicata all'export, che sia una figura temporanea o fissa in azienda, che accompagni l'azienda in tutte le fasi del **processo di internazionalizzazione**, assicurandosi che tutte le strutture siano coinvolte e adeguatamente informate.



# 7.

## Avere fretta

### **Errori**

In mancanza di risultati immediati all'estero, molte aziende desistono, **dimenticandosi degli sforzi** sostenuti per posizionarsi sul mercato domestico oppure pianificano le loro attività oltreconfine prendendo **decisioni scomposte** e poco strategiche.

### **Consiglio**

- **Essere pazienti e darsi obiettivi di medio-lungo termine.**  
Occorre tenere a mente **la fatica e il tempo** che sono serviti per consolidarci sul mercato domestico. Solo con questa consapevolezza possiamo settare i nostri obiettivi **e darci i tempi giusti.**

# Non ti basta? Scopri Education to Export!

Se ti è piaciuto questo contenuto e vuoi continuare la tua formazione, scopri tutto il catalogo di Education to Export, il programma formativo messo in campo da SACE SIMEST, Gruppo CDP, per accompagnarti nel processo di definizione e implementazione della tua strategia di crescita internazionale.

Con il programma di Education to Export ti offriamo un'esperienza multicanale completamente gratuita, per **accrescere le tue competenze** in tema di export e internazionalizzazione.

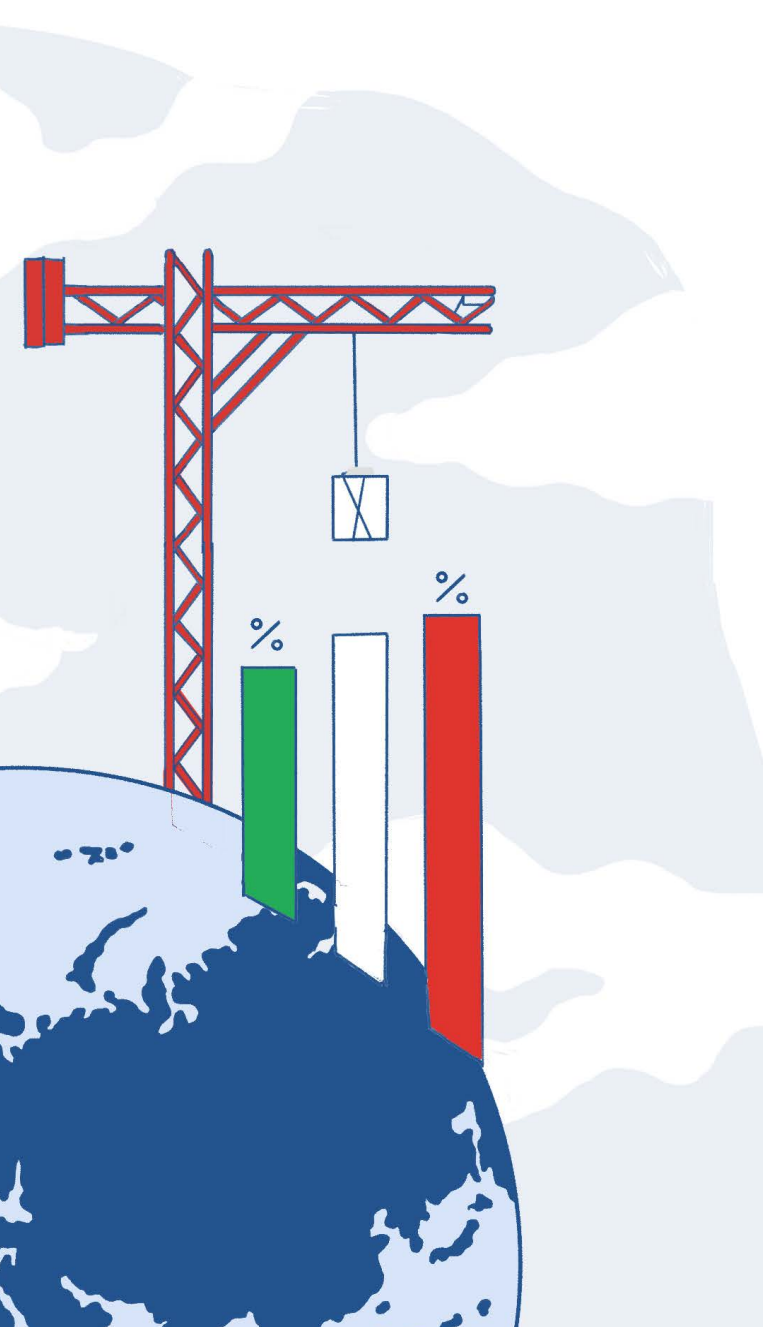
L'offerta formativa si compone di **percorsi digitali organizzati in Export Kit** e personalizzati in base al tuo grado di preparazione all'export, e **incontri specialistici sul territorio**, tarati sulle reali esigenze aziendali.

[Scopri di più su www.sacesimest.it/education](http://www.sacesimest.it/education)





# Il mondo SACE SIMEST



**SACE SIMEST, il Polo dell'export e dell'internazionalizzazione del Gruppo Cassa depositi e prestiti**, sostiene le imprese italiane nel loro processo di crescita sui mercati esteri, guidandole nella scelta dei paesi di destinazione e nella gestione dei rischi connessi alla loro operatività in geografie nuove e spesso sconosciute.

Lo fa mettendo a disposizione un'ampia gamma di prodotti e servizi utili a soddisfare tutte le esigenze legate alla crescita sui mercati esteri:

- Accesso a finanziamenti per l'internazionalizzazione
- Assicurazione delle vendite dal rischio di mancato pagamento
- Protezione degli investimenti esteri dai rischi politici
- Valutazione delle controparti
- Apporti di capitale per rafforzare la propria posizione
- Garanzie fideiussorie per partecipare a gare e commesse
- Smobilizzo dei crediti vantati verso controparti estere e recupero dei crediti.

Con **€ 114 miliardi di operazioni sostenute in 198 paesi, il Polo dell'export serve oltre 21mila imprese**, in prevalenza PMI. SACE SIMEST si impegna ogni giorno per aumentare la loro competitività, aiutandole a posizionarsi al meglio sui mercati internazionali e contribuendo alla crescita del Sistema Paese.

**Scopri tutta la gamma dei nostri prodotti e servizi**

[www.sacesimest.it](http://www.sacesimest.it)  
800.020.030  
[info@sacesimest.it](mailto:info@sacesimest.it)

# #Exportclass

Grow your expertise