

# CORSO ► Tecniche di marketing internazionale: come vendere con successo ai Big Buyers

Cagliari 2-3-4 febbraio 2009 – sede della Camera di Commercio in Via Mameli 68

Allo scopo di sostenere la capacità di competere delle imprese che esportano o che intendono esportare, nel 2008 il Centro Servizi per le Imprese ed il Dipartimento di Economia Aziendale dell'Università degli Studi di Torino hanno realizzato un programma di ricerca dal titolo **"Come vendere meglio e di più ai Big Buyers del settore agroalimentare"**.

Una parte rilevante delle esportazioni di beni di consumo passa, infatti, attraverso gli uffici acquisti dei Big Buyers. Sono importatori/distributori, catene della grande distribuzione, reti di franchising, catene volontarie, gruppi di acquisto, reti HORECA e altri ai quali si può vendere con successo se si è dotati di un buon prodotto, alta competitività, capacità di individuare le opportunità, formulare una proposta attraente e negoziare. Ma poter raggiungere l'obiettivo l'azienda deve soprattutto conoscere

1. Chi sono i Big Buyers del settore agroalimentare
2. Cosa vendono e quindi cosa potrebbero comprare
3. Cosa chiedono a chi vuole diventare loro fornitore abituale
4. Come scelgono i loro fornitori.

Sono informazioni che la piccola imprese può raccogliere ma a cui spesso è costretto a rinunciare in tutto o in parte dato l'elevato costo e rischio di insuccesso. È per rispondere a questa esigenza che è stata condotta questa ricerca, indirizzandola verso i paesi in cui l'agroalimentare sardo ha maggiori potenziale di vendita: Regno Unito, Francia, Belgio, Paesi Bassi, Germania e Paesi Scandinavi.

Il Centro Servizi organizza questo percorso formativo della **durata di 18 ore** allo scopo di orientare le imprese del settore agroalimentare sulle principali tecniche di marketing internazionale necessarie per mettere a frutto i risultati di questa ricerca.

Grazie alla professionalità del **Prof. Giorgio Pellicelli**, docente di Strategie d'Impresa presso l'Università degli Studi di Torino e coordinatore di questa ricerca, i partecipanti potranno:

- Esaminare quali vantaggi competitivi occorre mettere in campo per entrare a far parte del gruppo di fornitori dei Big Buyers;
- Individuare con quali forme di promozione l'impresa possa farsi conoscere meglio all'estero;
- Individuare quali opportunità di vendita sono alla portata della propria impresa.

## PROGRAMMA

<b>1°</b> Giorno	<b>I modulo: Principi generali di marketing internazionale</b> ORE 9.00-13.00 <ul style="list-style-type: none"> <li>• Breve introduzione al marketing internazionale.</li> <li>• Prospettive per le imprese italiane nello scenario attuale.</li> <li>• Come fare l'analisi delle opportunità in un mercato estero.</li> <li>• Come scegliere la strategie di entrata in un mercato estero.</li> <li>• L'analisi dei punti di forza e di debolezza dell'impresa di fronte alla concorrenza.</li> <li>• Il marketing mix come strumento di entrata nel mercato estero: prodotto, prezzo, distribuzione, promozione.</li> </ul>
	ORE 14.00 – 17.00 <ul style="list-style-type: none"> <li>• Le varie forme di promozione nel marketing internazionale.</li> <li>• I principi della promozione nel marketing internazionale.</li> <li>• Promozione verso gli intermediari e verso l'utilizzatore finale.</li> <li>• Vantaggi e svantaggi (costi) delle varie forme: vendita mediante personale, pubblicità, internet (e-commerce).</li> <li>• La partecipazione a fiere come principale forma di promozione per le imprese di piccole e medie dimensioni.</li> <li>• Come scegliere a quale fiera partecipare, come preparare la partecipazione ad una fiera al fine di trarre il massimo dei risultati.</li> </ul>
<b>2°</b> Giorno	<b>II modulo: Come vendere meglio e di più ai Big Buyers</b> ORE 9.00-13.00 <b>Conoscere il potenziale cliente.</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Chi sono i Big Buyers? Chi compra? Come comprano? Come scelgono un fornitore? Come fare promozione verso un Big Buyer?</li> <li>• Il Big Buyer acquista quello che pensa possa vendere ai propri clienti: importanza di conoscere il comportamento del consumatore all'interno della grande distribuzione nell'attuale fase di recessione.</li> <li>• Le relazioni commerciali con il fornitore: centralizzazione degli acquisti; il "Category management"; l'importanza delle nuove tendenze (qualità, eco-sostenibilità, tracciabilità, ecc.).</li> </ul>
	ORE 14.00 – 17.00 <b>Conoscere la propria impresa.</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Quali vantaggi competitivi occorre mettere in campo per avere successo nelle proposte ai Big Buyers.</li> <li>• Come fare l'analisi dei propri punti di forza e debolezza.</li> <li>• La distribuzione alimentare nei principali paesi dell'Europa occidentale. Le varie forme della distribuzione alimentare: catene di supermercati, grossisti, cash &amp; carry, cooperative.</li> <li>• Necessità di forme diverse di promozione secondo le caratteristiche del potenziale cliente.</li> </ul>
<b>3°</b> Giorno	ORE 9.00-13.00 <ul style="list-style-type: none"> <li>• I casi del Regno Unito e della Scandinavia.</li> <li>• Le caratteristiche del consumatore britannico e scandinavo e le conseguenze per i produttori dell'agroalimentare.</li> <li>• I concorrenti.</li> <li>• Le marche dei distributori.</li> <li>• Panorama dei principali Big Buyers.</li> </ul>

## PROFILO DEL DOCENTE

Giorgio Pellicelli è professore ordinario di Strategia d'Impresa nella Facoltà di Economia dell'Università di Torino e responsabile del Master in Marketing & Comunicazione della stessa facoltà. È autore di numerose pubblicazioni sul marketing. Ha fatto parte dei consigli di amministrazione di Fiat, La Rinascente e Saipo-L'Oréal.

## PROCEDURA DI ISCRIZIONE

È necessario inviare la scheda di iscrizione debitamente compilata (**i dati saranno utilizzati per la fatturazione**) e prova dell'avvenuto pagamento via fax al n° 070 34996306 entro 7 giorni dalla data di inizio del corso. Una volta raggiunto il numero minimo di 15 partecipanti dovrà essere regolarizzata l'iscrizione con il versamento della quota di adesione. Sarà cura del Centro Servizi contattare i singoli partecipanti al raggiungimento di questo numero minimo.

**Il corso è aperto ad un numero massimo di 20 partecipanti.**

## Destinatari

I corsi sono rivolti **principalmente alle imprese del settore agroalimentare**, agli operatori del commercio estero, ma anche ai liberi professionisti, ai consulenti e agli addetti degli uffici export.

## ATTESTAZIONI

Ai partecipanti verrà rilasciato un attestato di partecipazione per ogni modulo frequentato.

## QUOTE DI ISCRIZIONE

<b>I Modulo: Principi generali di marketing internazionale (7 ore)</b>	Euro 80,00 + IVA
<b>II Modulo: Come vendere meglio e di più ai Big Buyers (11 ore)</b>	Euro 100,00 + IVA
<b>I e II Modulo: verrà applicato lo sconto del 10% in caso di partecipazione all'intero corso (18 ore)</b>	Euro 160,00 + IVA

La quota è comprensiva di materiale didattico e attestato di partecipazione. È previsto uno sconto del 5% per le iscrizioni di 2 partecipanti della stessa organizzazione, del 10% per 3 o più partecipanti.

## MODALITA' DI PAGAMENTO

Mediante bonifico bancario codice IBAN IT90C0101504800000000043003 presso il Banco di Sardegna, sede di Viale Bonaria, intestato al Centro Servizi Promozionali per le Imprese, indicando nella causale il titolo del corso, il modulo ed il nome del partecipante, oppure per rimessa diretta presso la nostra segreteria organizzativa.

## SCHEDA D'ISCRIZIONE

Il Centro servizi tratterà i dati forniti ai sensi del D. Lgs. 196/03 sulla tutela dei dati personali

Nome» \_\_\_\_\_ Cognome» \_\_\_\_\_

Ente/azienda» \_\_\_\_\_

Via/Piazza» \_\_\_\_\_

Cap» \_\_\_\_\_ Città» \_\_\_\_\_ Provincia» \_\_\_\_\_

Telefono» \_\_\_\_\_ Fax» \_\_\_\_\_

E-mail» \_\_\_\_\_

P. IVA/C.F.» \_\_\_\_\_

SPUNTARE LE CASELLA IN CORRISPONDENZA DEI MODULI D'INTERESSE

- I Modulo: **Principi generali di marketing internazionale**
- II Modulo **Come vendere meglio e di più ai Big Buyers**

Segreteria organizzativa» \_\_\_\_\_

Centro Servizi per le Imprese  
Viale Diaz 221 – 09126 Cagliari  
Tel. 070 34996307 Fax 070 34996.306  
[alessia.bacchiddu@csimprese-ca.net](mailto:alessia.bacchiddu@csimprese-ca.net)  
[www.csimprese-ca.net](http://www.csimprese-ca.net)



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI TORINO  
DIPARTIMENTO DI ECONOMIA AZIENDALE