

# I vantaggi della Internazionalizzazione Agile

Un approccio concreto per rispondere alle nuove esigenze delle  
PMI

14 maggio 2021

# Chi siamo



- Il nostro percorso nasce in azienda come **manager di funzione**
- Da oltre 20 anni **gestiamo progetti di riorganizzazione**
- Oggi siamo un **team dinamico** e strutturato come un'azienda

# Cosa facciamo: progetti di cambiamento organizzativo



## FOCALIZIAMO LA VISION

Identifichiamo Rischi e opportunità  
Definiamo la Vision

(TOP Manager e imprenditori)

## AFFIANCHIAMO IL MANAGEMENT

Progettiamo il Cambiamento  
(Direzione Generale)

## REALIZZIAMO IL CAMBIAMENTO

Attuazione progetto di cambiamento  
(Manager Funzionale)



# Come : processi & risorse umane per creare la value proposition



1

**Visualizzare** il flusso delle informazioni e delle attività disegnando la situazione AS-IS



2

**Migliorare** i processi implementando il TO-BE misurandone l'efficienza ed introducendo il kaizen



3

**Gestire** i processi in modo Visual e **Misurare** chi fa cosa, quando e per quanto tempo



Condividere la conoscenza dei processi per imparare a migliorarne le prestazioni

# Internazionalizzazione : quali sono le tendenze in atto?

## 1. Vendite

- ✓ Rendere più trasparente il **SALES NETWORK**, per essere più efficaci ed efficienti nell'ascoltare e nel comunicare,
- ✓ **Regionalizzazione** : è necessario sviluppare la domanda domestica ed interna alla UE,
- ✓ **E-commerce** : la notorietà del marchio consente di implementare il canale E-commerce cercando l'integrazione tra on e off-line,
- ✓ **Fiere** : partecipare alle fiere riconosciute per essere di valore (uniche) nella specializzazione,

## 2. Supply Chain

- ✓ Le **CATENE DEL VALORE** dovranno essere rese più resilienti e più trasparenti e veloci.
- ✓ Investire nello sviluppo e sostegno della catena di fornitura e della **filiera delle eccellenze** del made in Italy.

## 3. Organizzazione

- ✓ Si sta consolidando un modello **IBRIDO** con un aumento della consapevolezza nel digitale,
- ✓ Si sta consolidando un nuovo **STILE** manageriale,
- ✓ **Finanza** : a sostegno della Internazionalizzazione,

## 4. Resilienza

- ✓ Le aziende dovranno affrontare problemi di ristrettezze economiche, ma anche nuovi progetti strategici per compensare i cali.

# Quali sono le difficoltà delle PMI nei percorsi per la esportazione

## Fattori critici di successo

**Conoscenza manageriale dei mercati per il made in Italy**

- Mercati potenziali per adattabilità, volumi e redditività
  - Mercati con un prodotto minimo funzionante da adeguare alle situazioni locali,
  - Matching tra offerta di prodotto e servizio e domanda del singolo mercato,

**La continuità di relazione col Trade e l'utilizzatore finale**

- Il sistema di vendita AGILE per consegnare prodotto e servizio:
  - Accorciare la filiera distributiva : sempre più vicino al cliente per conoscere le esigenze e fornire il giusto rapporto prestazione/prezzo,
  - Non disperdere risorse nella polverizzazione del fatturato in molte nazioni,

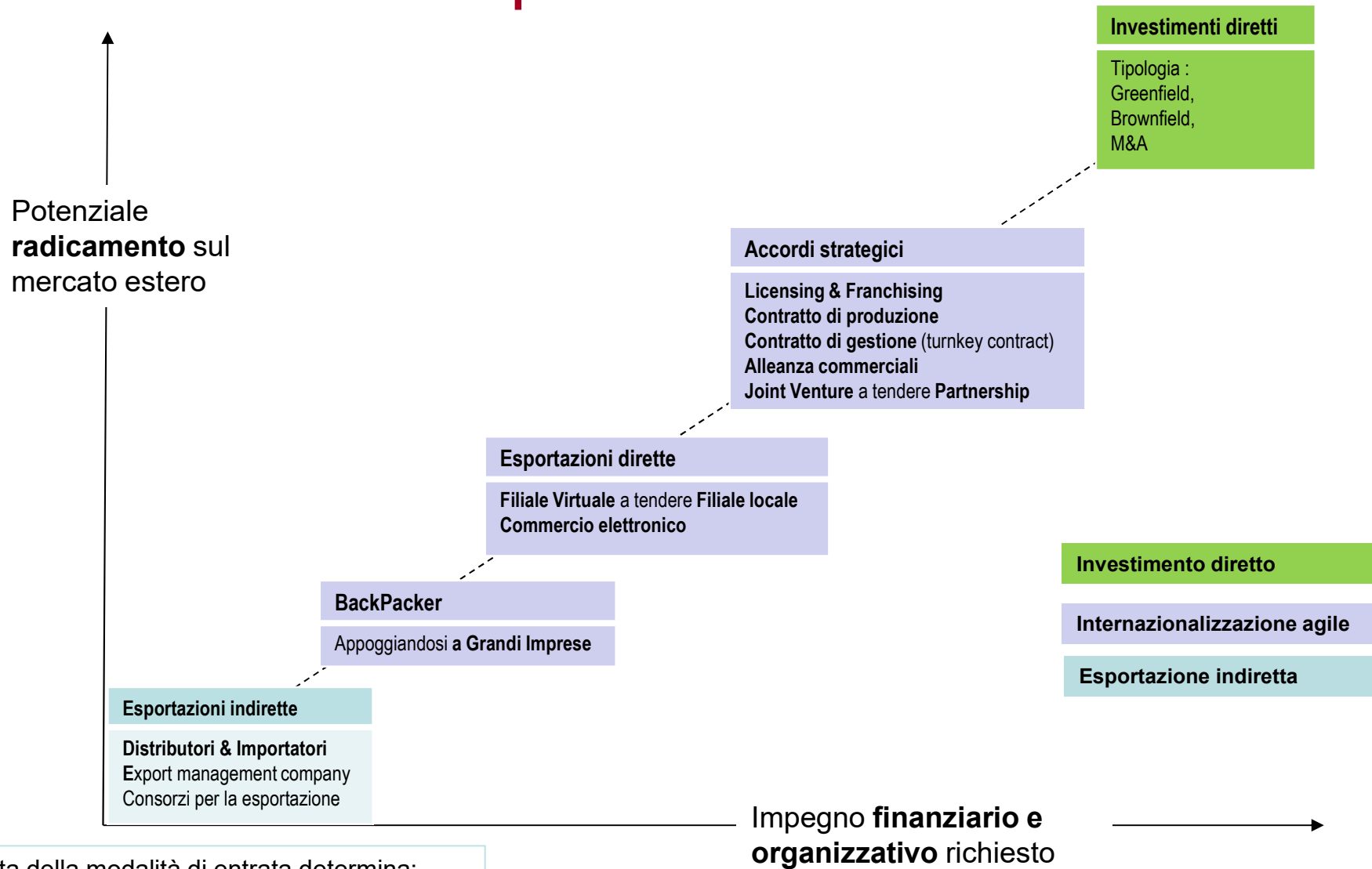
**Adeguare gli investimenti ed il management nei mercati target**

- Multiculturabilità: le variabili soft che diminuiscono i rischi di fallimento:
  - Percorso di ingresso e sviluppo : graduale e scalabile,
  - Personale locale, ma governance e formazione strutturata dalla sede,
  - Monitoraggio delle prestazioni e indirizzo degli investimenti per il governo delle attività di sviluppo,

**Innovazione della partnership con fornitori e clienti**

- Offering: i servizi come leva competitiva in grado di differenziare le value proposition in relazione al singolo mercato,
  - La co-creazione di valore della marca lungo l'intera filiera rappresenta oggi il principale terreno di confronto (Engineering),

# Internazionalizzazione Agile è la risposta, impegno e benefici delle diverse opzioni .....



La scelta della modalità di entrata determina:

- 1- Intensità delle relazioni con attori esteri
- 2- Grado di controllo sulle variabili competitive
- 3- Appropriabilità di risultati economici e strategici

# Internazionalizzazione: l'Importanza del Marketing Digitale

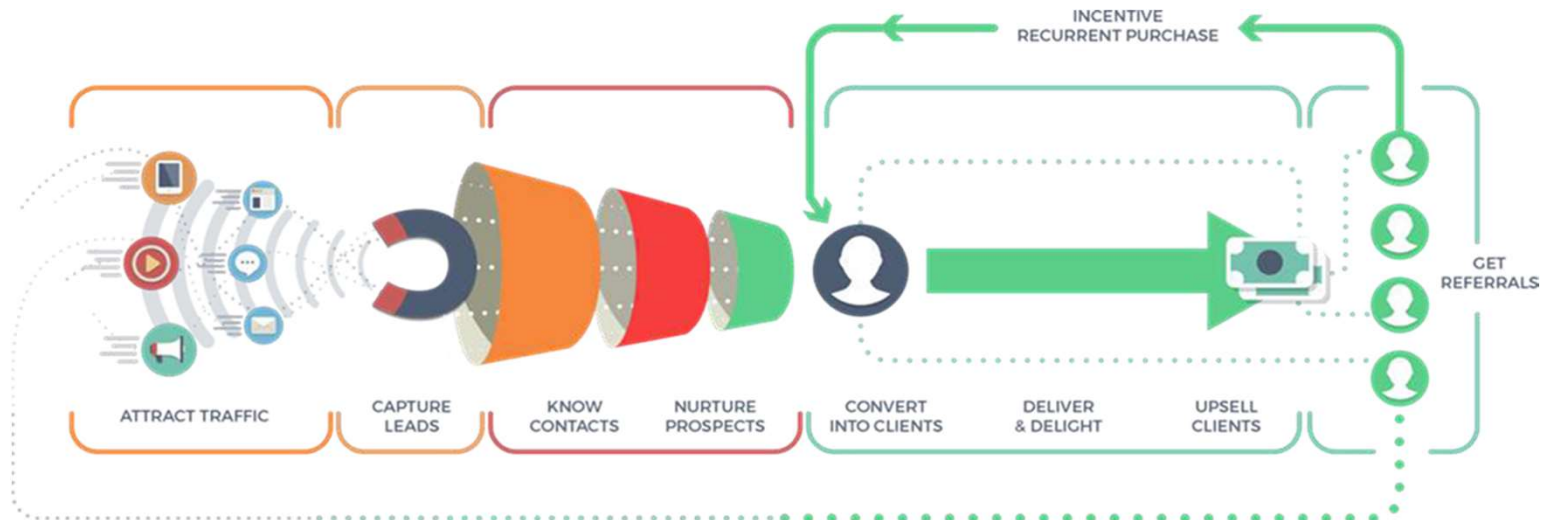
- ✓ Certi strumenti digitali disponibili in passato solo per le grandi aziende sono ora accessibili in SaaS e in Cloud.
- ✓ Sostegno a opzioni più tradizionali: fiere, materiale cartaceo, pubblicità offline, ecc.
- ✓ Investimento misurabile e scalabile con costi limitati rispetto a quelli tradizionali.
- ✓ Permette di integrare e rendere più efficiente una serie di processi commerciali: CRM.
- ✓ Assets adattabili e disponibili in breve tempo per vari mercati diversi.
- ✓ Sviluppo veloce di un primo livello di analisi di mercato.





# Caratteristiche del marketing digitale a sostegno dell'internazionalizzazione

- ✓ Aiuta a definire e implementare i “buyer persona” sui quali costruire la strategia: Customer Centricity.
- ✓ Definire e implementare indicatori (KPI) e obiettivi coerenti con gli obiettivi di vendita che permettono misurare e ottimizzare l'attività e l'investimento.
- ✓ Implementa un sistema **iterativo** che ha come obiettivo principale generare **clienti soddisfatti**:
  - ✓ Attrarre il target giusto (visitatori del sito web, iscrizioni alla newsletter, followers sui, ecc).
  - ✓ Generare attivamente nuovi contatti.
  - ✓ Identificare i **ML** (marketing qualified lead) e fornire al reparto commerciale gli **SQL** (sales qualified lead).
  - ✓ Registra le diverse interazioni con i clienti per migliorare la customer satisfaction.



# Implementare un sistema di marketing digitale

## Attività Chiavi

STEP  
01

Analisi e strategia

- Proposta di valore
- Creazione di *Buyer Personas*
- Definizione e implementazione di obiettivi
- Performance degli assets digitali
- Confronto con concorrenti
- Budget
- Implementazione e monitoraggio Indicatori (KPI)
- Creazione o aggiornamento della strategia online.

STEP  
02

Attrarre il pubblico giusto

- SEO: cosa cerca online il nostri potenziali clienti?
- Piano e calendario editoriali
- Pubblicazione contenuti su Blog, Video, Podcast, ecc.
- Gestione proattiva Social Media (LinkedIn Sales Navigator)
- Inserzioni a pagamento (Google, Social Media)

# Implementare un sistema di marketing digitale

## Attività chiave



Generare nuovi leads

- Implementazione di un funnel adatto alle diverse fasi del customer journey.
- Inserzione di bottoni CTA.
- Pagine di atterraggio.
- Moduli di contatto dedicati.
- Offerte di contenuto premium.
- Remarketing.

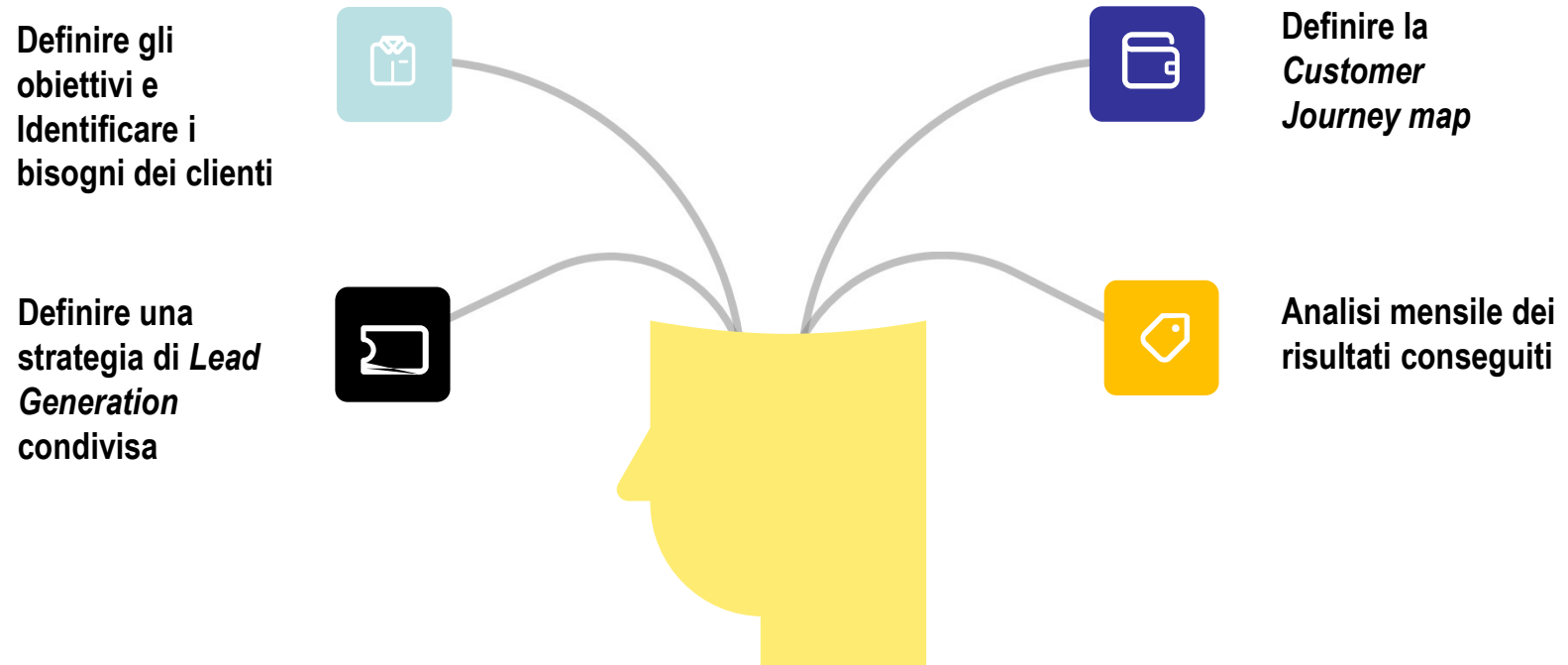


Qualificare i prospect

- Profilazione CRM
- Newsletter
- Marketing automation: email.
- Moduli di contatto smart
- Website tracking
- Lead Scoring

# Smarketing – L'anello di congiunzione tra marketing e vendite

L'integrazione del marketing – sales – service è indotta da fattori esterni ed interni dell'azienda e dalla sempre più stringente necessità di combinare l'efficacia con l'efficienza per migliorare i risultati aziendali.



# Internazionalizzazione Agile – Un approccio per gradi

STEP  
01

**1 -2 settimane**

**Assessment e check-up aziendale.**

Strumenti utilizzati: modello check up aziendale e Business Canvass



STEP  
02

**6-7 settimane**

**Realizzazione Business Plan Internazionalizzazione.**

Strumenti utilizzati: Analisi Mercati, Analisi Competitiva, Valutazione Distributori Agenti



STEP  
03

**6-8 settimane**

**Implementazione Business Plan.**

Strumenti utilizzati: Questionario Scouting per missioni commerciali



STEP  
04

**6-8 settimane**

**Realizzazione attività operative**



# Internazionalizzazione Agile – Un approccio per gradi

## Argomenti/Attività

### STEP 01

- **Assessment**
- **Check up Aziendale**

- Interviste all' imprenditore e collaboratori per capire il modello di business dell'azienda e la *value proposition*.
- Identificazione degli obiettivi dell'azienda
- Identificazione del livello di Internazionalizzazione e di "prontezza" dell'azienda

### STEP 02

- **Realizzazione Piano per l'Internazionalizzazione**

- Azienda, modello di business e livello Internazionalizzazione
- Analisi dei mercati potenziali e identificazione mercati target
- Analisi Competitiva
- Valutazione Sistema distributivo estero se esistente
- Definizione e condivisione della strategia di entrata nei mercati
- Analisi impatto sul fatturato delle attività intraprese

# Internazionalizzazione Agile – Un approccio per gradi

## STEP 03

- **Implementazione Piano**

### Argomenti/Attività

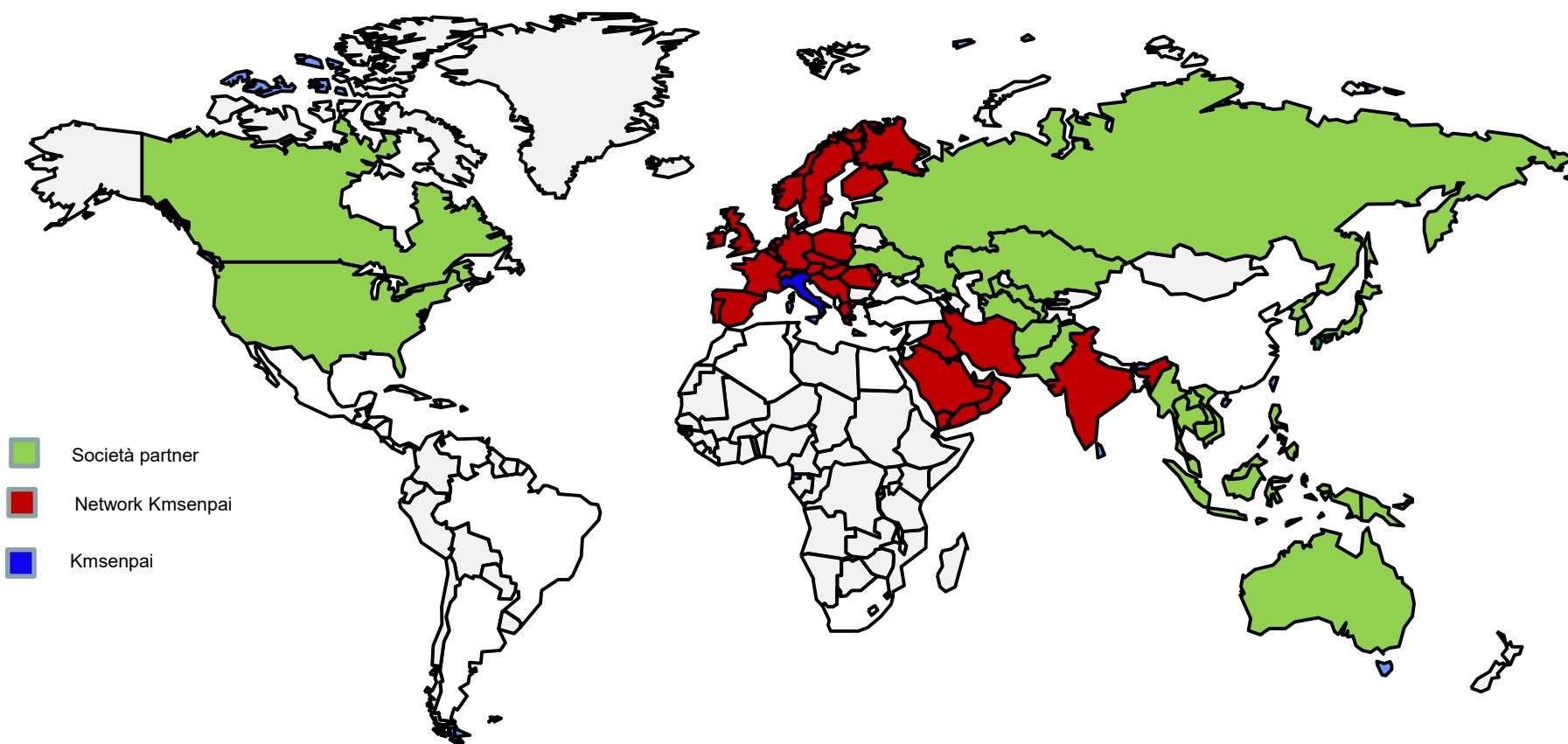
- Creazione Lead attraverso Inbound marketing
- Organizzazione Missioni comm.li nei Paesi target anche attraverso società partner
- Identificazione e valutazione partner per JV/partnership/licensing
- Ricerca distributori/agenti
- Assistenza nella realizzazione della contrattualista

## STEP 04

- **Attività Operative**

- Follow Up Missione Commerciale
- Avvio distributori/agenti
- Ricerca figure locali adatte a supportare il progetto di Internazionalizzazione
- Negoziazione progetti/contratti
- Implementazione attività di marketing localizzate in collaborazione con i partner individuati
- Supporto all' organizzazione e gestione Logistica

# Internazionalizzazione – Paesi in cui opera Kmsenpai





# Il Canale Contract

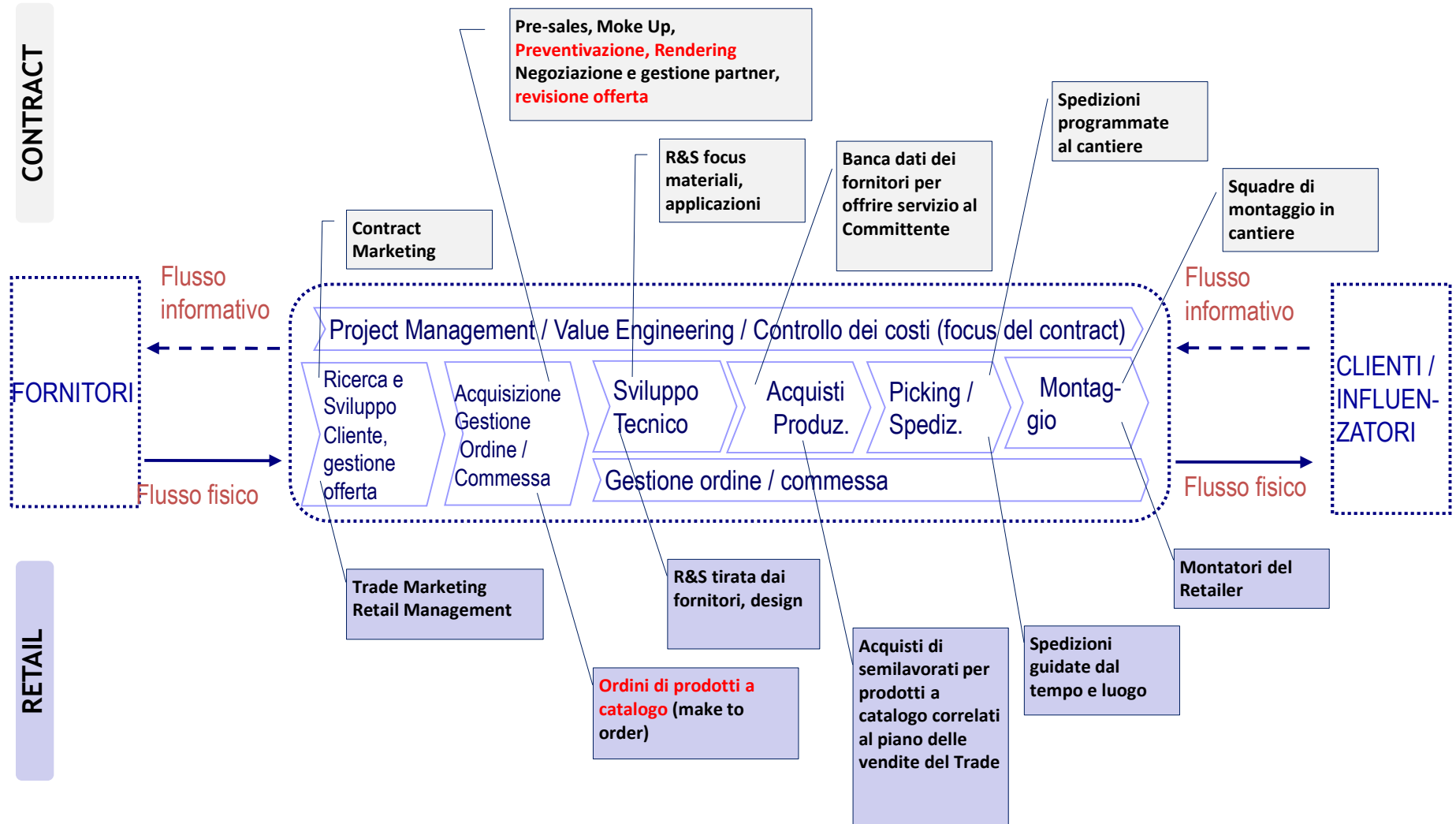
Un caso concreto di  
Internazionalizzazione  
di una PMI del Sistema Casa



# Il Check-up aziendale in 7 scelte operative



# L'organizzazione aziendale per sviluppare le vendite



# Gli interlocutori per acquisire richieste di offerta da convertire in ordini di fornitura Contract



# La sintesi dell'intervento TEM : strategy, set-up, execution

## Strategy



## Set-Up

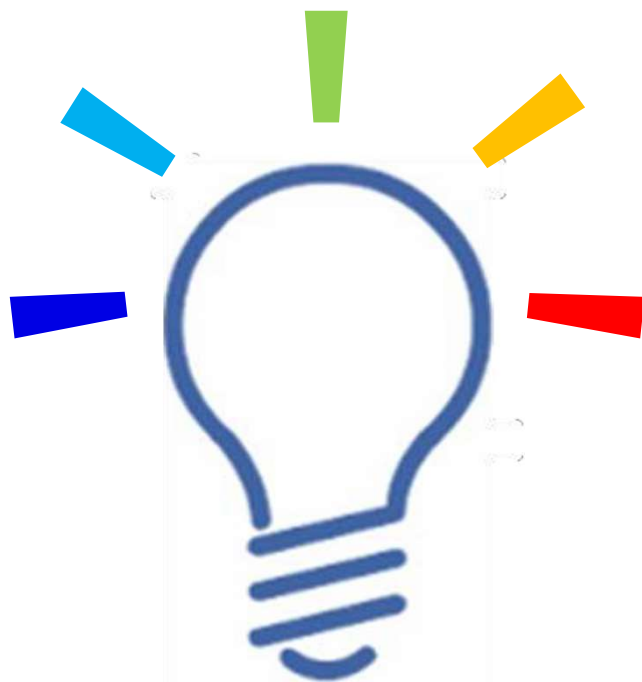


## Execution



<b>1</b>	<b>Mercati</b>	Priorità ai mercati target	<b>4</b>	<b>Strutture</b>	Allineare l'organizzazione alla strategia	<b>7</b>	<b>Programmi</b>	Migliorare il coinvolgimento dei clienti
<b>2</b>	<b>Clienti</b>	Realizzare la value proposition per i clienti target	<b>5</b>	<b>Processi</b>	Garantire un'esecuzione sistematica e coerente	<b>8</b>	<b>Capacità</b>	Sviluppare ulteriormente il team di vendita
<b>3</b>	<b>Canali</b>	Ottimizzare il mix dei canali	<b>6</b>	<b>Risorse</b>	Ottimizzare l'utilizzo delle risorse assegnate	<b>9</b>	<b>Governance</b>	Fornire una guida efficace

# kmsenpai supporta i propri clienti con diversi interventi mirati alla Internazionalizzazione



L'approccio di KMSenpai è già stato utilizzato per molteplici clienti nei rispettivi contesti di mercato

**Check-Up** – analisi della organizzazione e dei processi orientati al cliente, verifica del sistema distributivo, analisi della value proposition per mercato,

**Ridefinizione della Internazionalizzazione** – matching domanda – offerta per nazione per una personalizzazione, sistema distributivo mappatura e riprogettazione, marketing digitale per la promozione e ricerca di nuovi operatori, avvio operatività,

**Ridisegno dei processi Operations** - supporto, ridisegno e governance su processi della Pianificazione & Programmazione, degli Approvvigionamenti, della Supply Chain e dello Sviluppo Prodotto,

**Partnership distributive e Industriali o Merger & Acquisition** - partnership differenziate per target – canale – nazione, costruzione di filiali tecnico – commerciali, implementazioni di Strategic Business Unit, M&A per il presidio con operazioni Brownfield o Greenfield,

**Digital transformation** - supporto, ridisegno e governance su processi di digital transformation per implementare funzionalità di supporto digitale per il cliente,

**SIMEST** – fondi a supporto degli interventi per la Internazionalizzazione delle PMI



**KMSenpai srl – Consulenza di direzione & Temporary management**

**Sede legale e operativa** : Polo Tecnologico di Pordenone “Andrea Galvani” Via Roveredo 20/b - 33170 Pordenone (PN)

Codice Fiscale e Partita Iva 03093910275 Capitale Sociale € 10.000 i.v.

**Sede operativa TV** : via Aquileia, 1 - 31050 Ponzano Veneto (TV)

[info@kmsenpai.it](mailto:info@kmsenpai.it) | [www.kmsenpai.it](http://www.kmsenpai.it)

**Grazie.**

Le informazioni contenute nel presente documento sono classificate riservate e confidenziali, sono opera di ingegno di KMSenpai srl ad esclusivo uso interno del cliente e non rilasciabili a terze Parti senza l'autorizzazione scritta di KMSenpai srl.

Le informazioni che il suddetto rapporto contiene sono riportate in forma sintetica e possono quindi creare dubbi di interpretazione a chi non ha partecipato alla loro presentazione. Restiamo comunque a disposizione per ogni eventuale ulteriore chiarimento.