



Master Class

“PROGETTARE UN PIANO DI MARKETING INTERNAZIONALE DI SUCCESSO”

PREMESSA

Per informazioni:

Roberta Borsatti

roberta.borsatti@promositalia.camcom.it

331-6528500

Unioncamere Lombardia, in collaborazione con Promos Italia, nel quadro del Progetto SEI – Sostegno all'Export dell'Italia “a valere sul Fondo di Perequazione 2023-2024”, propone con le Camere di Commercio lombarde una **Master Class dedicata al Marketing Internazionale** con l'obiettivo di supportare le piccole e medie imprese lombarde a cogliere le opportunità nei mercati globali e affrontare le sfide di un panorama competitivo in continua evoluzione.

La Master Class è progettata per offrire ai partecipanti una formazione completa e pratica sulla creazione e implementazione di un piano di marketing internazionale di successo. Attraverso una **combinazione di sessioni teoriche e pratiche**, i partecipanti acquisiranno strumenti e conoscenze essenziali per sviluppare strategie di marketing efficaci, adatte alle dinamiche dei diversi mercati globali.

OBIETTIVI

Il percorso dal taglio “business oriented” offre un approccio fortemente interattivo.

La Master Class mira a trasferire conoscenze e strumenti per **accelerare in maniera strutturale** il percorso di crescita professionale e culturale delle piccole e medie imprese.

Il percorso formativo permetterà ai partecipanti di sviluppare le seguenti competenze:

- Comprendere l'importanza e le finalità di un piano di marketing internazionale
- Utilizzare strumenti digitali e IA per migliorare le strategie di marketing
- Valutare le implicazioni ESG nei diversi mercati e adattare l'offerta
- Saper effettuare ricerche di mercato per identificare i paesi più attrattivi
- Analizzare la concorrenza e scegliere i giusti canali commerciali
- Gestire il budget e calcolare il break-even point
- Pianificare le vendite e utilizzare KPI per monitorare le performance

A CHI SI RIVOLGE

La Master Class si rivolge alle **piccole e medie imprese** con sede legale e/o operativa nelle provincie delle Camere di Commercio lombarde di **Bergamo, Como-Lecco, Milano Monza Brianza Lodi, Pavia-Mantova-Cremona, Sondrio e Varese.**

MODALITA' DI PARTECIPAZIONE

La partecipazione alla Master Class è **gratuita**, previa **iscrizione sul portale del Progetto SEI**, a questo link:

<https://www.sostegnoexport.it/questionario/>

Le imprese già iscritte al Progetto SEI non devono registrarsi nuovamente.

Le iscrizioni alla Master Class saranno accettate in base all'ordine cronologico di arrivo, fino al raggiungimento di un **numero massimo di 30 aziende per ogni Camera di Commercio lombarda**. Sarà ammesso **un solo partecipante per azienda**.

Non saranno ammesse società di consulenza, procuratori d'affari, agenti di commercio, intermediari e liberi professionisti, nonché aziende del settore turistico, associazioni di categoria, consorzi, enti e tutti i soggetti che non corrispondono al target di Progetto.

La Master Class si svolgerà sulla Piattaforma “NIBI Educational”.

L'iscrizione alla Master Class dovrà avvenire in modalità on line registrandosi al link sotto riportato, **entro la data del 10 marzo 2025**.

<https://nibi.promositalia.camcom.it/corsi/corsi-multipli/master-class-progettare-un-piano-di-marketing-internazionale-di-successo.kl>

A seguito dell'approvazione dell'iscrizione, verrà inviato in automatico dal sistema, il link per partecipare all'intero percorso formativo.

DURATA

La Master Class avrà una durata complessiva di **19 ore di lezione**. Il corso sarà erogato in modalità online e sarà strutturato in **5 moduli** della durata di 3 ore cadauno e da una **sessione di laboratorio** della durata di 4 ore che potrà essere svolta online oppure in presenza.

PROGRAMMA – Fase 1

 **Modulo n. 1 - 13/03/2025 | h. 9,30 -12,30**

Introduzione e Ricerca del Paese più Attrattivo

Introduzione al Piano di Marketing Internazionale

- A cosa serve un piano di marketing
- Componenti chiave di un piano di marketing

Ricerca del Paese più Attrattivo

- Dove ricavare i dati
 - Letteratura di settore: importantissima e sottostimata
 - Utilizzo di strumenti online e IA per l'analisi dei mercati internazionali
 - Lo strumento Market Explorer del Progetto SEI

Dati “classici” e tool per selezionare i mercati obiettivo

- Indice di sostenibilità Paese per Paese
 - Come analizzarla
 - Come impostare offerta e comunicazione in chiave ESG
- La matrice di attrattività
 - Fattori da considerare: economici, politici, culturali, tecnologici
 - Rischio di credito
 - Rischio di cambio e revisione dei listini
 - Condizioni daziarie e trend per gli anni a venire

Case History e discussione in plenaria in tema di: creazione di una matrice di attrattività per la selezione dei mercati obiettivo

✚ Modulo n. 2 - 20/03/2025 | h. 9,30 -12,30

Analisi della Concorrenza e Scelta del Canale Commerciale

Analisi della Concorrenza

- Criteri per cui un cliente dovrebbe scegliere la nostra azienda
- Gli strumenti di ricerca e valutazione fornitori del marketing degli acquisti
- Confronto con i concorrenti
- Utilizzo di software di analisi predittiva e machine learning per l'analisi SWOT
- Sistemi per parametrare e confrontare le piattaforme aziendali
- Come intercettare l'interesse dei buyer nei mercati internazionali
- Mix distributivo ibrido: i nuovi canali digitali, quale impatto
- Case History e discussione in plenaria in tema di: creazione Analisi SWOT utilizzando strumenti digitali

✚ Modulo n. 3 - 28/03/2025 | h.9,30 – 12,30

Gestione del Budget e Pianificazione delle Vendite

Gestione del Budget

- Come impostare le azioni ed il budget del piano di marketing internazionale
- Come scegliere le azioni di marketing: criteri e costo/opportunità
- La Marketing Automation quale opzione per ottimizzare i flussi
- Fatturato delle vendite e dei costi
- Break even point: cos'è e perché calcolarlo
- Utilizzo di strumenti di forecasting e IA per la gestione finanziaria
- Modelli di pagamento nei diversi mercati e impostazione del sistema di vendita a distanza
- Dashboard per il controllo di valute, metodi di pagamento (e norme tributarie locali)
- Software di analisi predittiva e machine learning per l'analisi
- Case History e discussione in plenaria in tema di: creazione dashboard per il monitoraggio e la riconciliazione delle posizioni internazionali

📅 Modulo n. 4 – 03/04/2025 | h.9,30 -12,30

KPI e Dashboard

KPI (Key Performance Indicators)

- Come sostenere (in chiave marketing) e tenere sotto controllo le vendite
- Definizione e importanza dei KPI
- Perché i KPI nel marketing devono essere a loro volta monitorati (i mercati cambiano in fretta)
- Quali analisi sono utili per lo sviluppo delle vendite all'estero
- Le dinamiche di controllo del piano: il concetto di scalabilità degli investimenti, i nuovi strumenti di analisi nel brevissimo periodo
- Utilizzo di software di business intelligence e dashboard interattive
- Case History e discussione in plenaria in tema di: modello di monitoraggio e controllo delle dinamiche di sviluppo del piano di marketing (KPI)

PROGRAMMA – Fase 2

| Calendario sessione di laboratorio

Modalità online

- 08/04/2025 | h.9.30 – 13.30 (CCIAA PV-CR-MN)
- 10/04/2025 | h.9.30 – 13.30 (CCIAA MILOMB)
- 15/04/2025 | h.9.30 – 13.30 (CCIAA VARESE)
- 17/04/2025 | h.9.30 – 13.30 (CCIAA BERGAMO)

In presenza (sede da definirsi)

- 06/05/2025 | h.9.30 – 13.30 (CCIAA CO-LC)

Modalità da definirsi

- 08/05/2025 | h.9.30 – 13.30 (CCIAA SONDRIO)

Laboratorio

E' prevista una sessione di laboratorio di n. 4 ore di lezione per ogni Camera di Commercio lombarda che potrà essere realizzata in modalità on line o in presenza.

Il laboratorio ha l'obiettivo di presentare alcuni casi concreti oltre a dare l'opportunità ai partecipanti di applicare i contenuti appresi durante il corso a casi ipotetici declinati in settori di vario genere, sia del made in Italy che industriali.

1. Prima parte (2 ore)

Case history per l'impostazione strategica del piano di marketing

- Valutazioni legate al modello di business (adatto alle vendite all'estero, eventuali implementazioni in chiave ESG e/o di sistema)
- Quale modello di offerta per l'estero
- Quale distribuzione per l'estero

Esercitazioni pratiche guidate su casi ipotetici in settori diversi

2. Seconda parte (2 ore)

Case history per l'impostazione tattica del piano di marketing

- Azioni di marketing adatte agli obiettivi di vendita
- Valutazioni relative al budget ed analisi dati
- Quale impatto dei modelli di pagamento

Esercitazioni pratiche guidate su casi ipotetici in settori diversi

PROGRAMMA – Fase 3

FOLLOW-UP IN PLENARIA 21/05/2025 | H.9,30 -12,30

Follow-Up

Il follow-up è il momento conclusivo del percorso formativo, ed ha l'obiettivo di riprendere i concetti chiave e confrontarsi in merito a best practise, nonché di tenere una sessione di domande e risposte.

I concetti chiave per un piano di marketing internazionale di successo

- Punti focali per l'impostazione strategica
- Selezione mercati e Modelli distributivi
- Sistema di gestione e modelli di pagamento
- KPI e monitoraggio

Migliori pratiche

- Casi ed esempi, anche da parte dei partecipanti
- Discussione in plenaria

Q&A Sessione di Domande e Risposte

DOCENTE NIBI

Raffaella Còndina

Senior Partner CONDINA & associati, opera nella consulenza di direzione aziendale dai primi anni '90, ed è specializzata in Strategia Distributiva, Marketing Digitale ed Internazionalizzazione/ Export 4.0. Collabora in qualità di docente con vari Enti di formazione per le imprese ed è Innovation Manager Albo MISE Ministero dello Sviluppo Economico.

È membro di ADICO, Associazione Italiana Direttori Commerciali e Marketing Manager, ed è iscritta all'Albo Consulenti ed Esperti di ASSOFRANCHISING.

ATTESTATO DI PARTECIPAZIONE

La frequenza ad almeno l'80% dell'intero percorso formativo darà diritto a ricevere un attestato di partecipazione che verrà rilasciato da NIBI, la Business School di Promos Italia.