

CALENDARIO

9 Febbraio 2012

DURATA

8 ore

ORARI

9.00 - 13.00 / 14.30 - 18.30

SEDE

Assoform Rimini, via IV Novembre, 37 - Rimini

DOCENTE

Dr. Ceriello Fabrizio, Consulente e Formatore in Internazionalizzazione d'Impresa

DESTINATARI

Responsabili Marketing, Responsabili commerciali Estero, Responsabili di Area Estero, Imprenditori, Direttori Generali, Responsabili Assistenza post Vendita

CERTIFICAZIONE RILASCIATA

Attestato di frequenza

Quote Associati

1 partecipante € 160,00 + IVA

2 partecipanti € 280,00 + IVA

Quote Non Associati

1 partecipante € 210,00 + IVA

2 partecipanti € 380,00 + IVA

PREMESSA

Gli scambi internazionali sono in continuo aumento e sono sempre più i volumi di merci che arrivano nel nostro paese sia da paesi terzi che da paesi intraUE.

Trovare prodotti di qualità, a un buon prezzo, da parte di fornitori affidabili, è già un buon risultato. Ma approvvigionarsi all'estero necessita di qualcosa in più.

Rappresenta un lavoro a parte ed esige una capacità di maneggiare gli strumenti del commercio internazionale, gli stessi utilizzati per l'export, ma nell'interesse esclusivo dei compratori

OBIETTIVI

Aiutare le imprese a condurre in porto le loro operazioni di importazione e risponde a domande pratiche come:

- Dove e come trovare i fornitori.
- Quali sono i rischi possibili e come coprirli.
- Quanto costerà l'operazione di import.
- Come gestire le commesse dalla A alla Z.
- Come ottimizzare l'organizzazione dell'ufficio import.

PROGRAMMA

- Il ruolo dell'import nel commercio internazionale.
- Vantaggi e rischi dell'importazione.
- Le importazioni nel commercio internazionale.
- Concludere positivamente una operazione di importazione: il metodo e gli strumenti.
- La metodologia dell' import.
- La selezione dei fornitori ed il rispetto degli standard tecnici.
- Negoziare i termini di resa delle merci.
- Far viaggiare le merci, scegliere una assicurazione trasporti, lavorare con i partner del trasporto.
- La gestione delle operazioni doganali e gli adempimenti per le operazioni intracomunitarie
- Pagare i fornitori.
- Coprire i rischi finanziari.
- Le operazioni di assemblaggio dei prodotti all'estero.

LA RETE DI VENDITA ALL'ESTERO

CALENDARIO

3 Aprile 2012

DURATA

8 ore

ORARI

9.00 - 13.00 / 14.30 - 18.30

SEDE

Assoform Rimini, via IV Novembre, 37 - Rimini

DOCENTE

Dr. Gianfranco Ardeni, Sociologo, con specializzazioni post-laurea in Marketing Internazionale e Gestione Strategica dei Servizi

DESTINATARI

Venditori, addetti commerciali e marketing, responsabili commerciali Italia ed estero, responsabili marketing, Imprenditori, direttori generali

CERTIFICAZIONE RILASCIATA

Attestato di frequenza

Quote Associati

1 partecipante € 160,00 + IVA

2 partecipanti € 280,00 + IVA

Quote Non Associati

1 partecipante € 210,00 + IVA

2 partecipanti € 380,00 + IVA

OBIETTIVI

Fornire strumenti utili per la comprensione dei sistemi di vendita all'estero, la creazione di una rete di vendita e il controllo dei relativi risultati.

PROGRAMMA

- Sistemi per la commercializzazione e la distribuzione all'estero;
- Principi per la creazione e l'organizzazione delle reti di vendita;
- Punti forza e punti di debolezza delle varie tipologie di reti ;
- L'agente ed il rappresentante Il lavoro per obiettivi:
 - il budget;
 - Il controllo dei risultati;
 - I sistemi motivazionali.

LE TECNICHE DI PREVISIONE DEI MERCATI: Come anticipare i cambiamenti

CALENDARIO

10 Maggio 2012

DURATA

8 ore

ORARI

9.00 – 13.00 / 14.30 – 18.30

SEDE

Assoform Rimini, via IV Novembre, 37 - Rimini

DOCENTE

Dr. Giovanni Pizzi, Consulente di Direzione

DESTINATARI

Marketing Manager, Responsabili Marketing, Imprenditori di PMI

CERTIFICAZIONE RILASCIATA

Attestato di frequenza

Quote Associati

1 partecipante € 250,00 + IVA

2 partecipanti € 450,00 + IVA

Quote Non Associati

1 partecipante € 300,00 + IVA

2 partecipanti € 550,00 + IVA

OBIETTIVI

Trasmettere le metodologie per anticipare le evoluzioni del mercato e approfondire le tecniche ritenute migliori per la piccola e media impresa.

PROGRAMMA

1) Il cambiamento economico in corso.

2) La gestione aziendale in un mercato dinamico.

3) Il flusso di informativi per una piccola e media impresa:

- Informazioni necessarie per tenere sotto controllo il mercato;
- Fonti interne ed esterne per un sistema informativo;
- Come si organizza un sistema informativo di una piccola e media impresa.

4) I metodi di previsione:

- Estrapolazione dei dati storici;
- Le medie mobili ponderati;
- Il metodo *fuzzy* e le altre tecniche con base matematica.

5) I metodo non matematici:

- Il *brainstorming*;
- Il metodo *Delphi*;
- Le criticità del metodo *Delphi*;
- Attuazione del metodo *Delphi*;

6) Le ricerche di mercato:

- Ricerche di mercato qualitative;
- Ricerche di mercato quantitative;
- Il questionario.

VENDERE ALL'ESTERO: COME FRONTEGGIARE IL MERCATO GLOBALE

CALENDARIO

24, 29 e 31 Maggio 2012

DURATA

24 ore

ORARI

9.00 – 13.00 / 14.30 – 18.30

SEDE

Assoform Rimini, via IV Novembre, 37 - Rimini

DOCENTE

Dr. Giovanni Pizzi, Consulente di Direzione

DESTINATARI

Imprenditori, Responsabili marketing, Responsabili Commerciali, Responsabili Associazioni Imprenditoriali

CERTIFICAZIONE RILASCIATA

Attestato di frequenza

Quote Associati

1 partecipante € 750,00 + IVA

2 partecipanti € 1.100,00 + IVA

Quote Non Associati

1 partecipante € 800,00 + IVA

2 partecipanti € 1.200,00 + IVA

L'Italia sta subendo il cambiamento della globalizzazione, i prodotti italiani non sono più protetti dalla concorrenza straniera grazie a manovre politiche. Sono molte le aziende che lamentano problemi derivanti dalla concorrenza del Far Est Asiatico, dell'Est Europeo e, talvolta anche del Sud America. Ma tutto questo da minaccia si può tramutare in una gigantesca opportunità per gli imprenditori italiani: il problema è che l'approccio deve cambiare, non è sufficiente la mera qualità tecnica dei prodotti,

OBIETTIVI

Saper agire in modo consapevole sui vari mercati. Saper offrire il prodotto e su come offrirli e in quali mercati.

PROGRAMMA

La globalizzazione:

- Significato, il ruolo di Internet e delle nuove tecnologie,
- Le istituzioni della globalizzazione (WTO, FMI, ONU, ecc.).

Panoramica sull'economia mondiale:

- Stato attuale dell'economia:
 - BRIC (Brasile, Russia, India e Cina)
 - Caratteristiche economiche/commerciali e scenari di sviluppo mondiale.
- Gli altri paesi dell'estremo oriente - Scenari dell'Europa
- Potenzialità del Sud America e dei paesi africani

Le scelte da affrontare per le attività con l'estero:

- L'approccio strategico per il mercato internazionale - Le fonti di informazione.
- Il sistema informativo per controllo dei concorrenti stranieri.
- L'analisi interna ed esterna - La scelta del/dei mercato/i.
- L'analisi di profondità.
- Le strategie di entrata per la PMI.

Le attività internazionali operative:

- La scelta del canale di vendita, la scelta sulla rete di vendita.
- Il reperimento degli agenti verso l'export.
- L'adattamento del prodotto e la standardizzazione.
- Il problema del messaggio pubblicitario.
- Definire il prezzo di cessione: l'adeguamento margine/prezzo di mercato.
- Il controllo della soddisfazione del cliente estero.

Il consorzio per l'esportazione:

- Motivo dell'importanza del consorzio per la PMI.
- Caratteristiche di un consorzio.
- Tipologie di consorzio per l'export.
- Modalità operative per organizzare un consorzio.
- Gli errori più comuni.

L'ufficio export:

- Come organizzare un ufficio export, la gestione dell'ordine.
- Le modalità di negoziazione, le garanzie da ottenere.

La contrattualistica internazionale:

- Aspetti giuridici e normative internazionali.
- L'importanza del brevetto, le barriere doganali più diffuse tra i vari paesi.
- Gli Incoterms.
- I principali documenti di export.
- Le tipologie contrattuali più comuni nella prassi del commercio internazionale.