

Seminario

LA GESTIONE DEL CANALE DISTRIBUTIVO NEI MERCATI ESTERI: COME CREARE PARTNERSHIP DI SUCCESSO ALL'ESTERO

DOCENTE: Martino Prati, Change Project srl, Firenze

Data: 18 novembre 2014

Durata: 1 giornata intera (09.30 – 13.00 e 14.00 – 17.00)

Sede: Sala Verde, Camera di commercio di Ravenna, entrata: V. Di Roma 89

Quota di partecipazione: Euro 100,00 + Iva a persona (Euro 90,00 + Iva a persona per gli abbonati a International Trade).

Info: Cinzia Bolognesi, tel. 0544 481415, cinzia.bolognesi@ra.camcom.it

Il seminario ha lo scopo di sensibilizzare i partecipanti alle strategie e tecniche per costruire e gestire con successo un rapporto di partnership con la distribuzione nei mercati di altri paesi. In particolare, il seminario si propone di: valutare le diverse opportunità di organizzazione commerciale con cui affrontare i mercati esteri; capire l'importanza del Canale distributivo in un mercato estero e le difficoltà a gestirlo efficacemente; acquisire gli strumenti per gestire e sviluppare un canale distributivo (selezione, integrazione in azienda, sviluppo, condivisione dei piani di marketing e monitoraggio); capire l'importanza e le modalità di condivisione del Business Plan e dei piani di marketing da condividere con il Canale distributivo.

PROGRAMMA

Le caratteristiche di un canale distributivo

- Perché dotarsi di un canale distributivo all'estero: l'estensione, la capillarità ed i volumi del canale distributivo, aspetti economici ed efficienza del canale.
- Cosa significa partnership con il canale distributivo in un altro paese: rischi ed opportunità.
- Come strutturare un canale ottimale rispetto all'azienda ed al mercato.

Come costruire una partnership di successo

- Il profilo del partner e la selezione
- Il concetto di partnership e la logica del win-win
- Le condizioni di base per il funzionamento della partnership
- Le modalità e le competenze per la gestione del rapporto
- Gli strumenti di gestione della partnership

La gestione del canale distributivo

- La formazione imprenditoriale del partner: la collaborazione nel Business Plan
- La formazione commerciale del partner: la rete vendita
- La programmazione dell'attività commerciale e la gestione operativa della rete di vendita
- Il coinvolgimento del partner nelle strategie commerciali
- Gli strumenti per la gestione del portafoglio ed il piano delle attività

