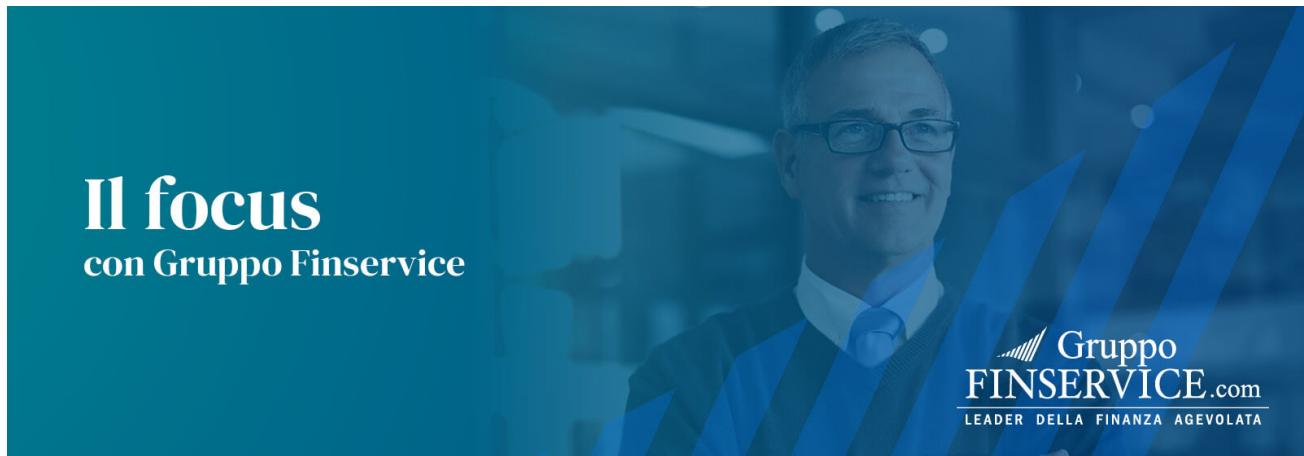


## FINANZA AGEVOLATA

### ***Internazionalizzazione, come aumentarne il successo***

di Sara Frigeni – Export Manager di Nexus International



Al raggiungimento di **oltre 12.000 domande pervenute**, pari al valore di circa 3.9 miliardi di euro, Simest ha annunciato la **chiusura del fondo 394-81**, destinato al finanziamento di progetti di internazionalizzazione.

Grazie all'eliminazione delle garanzie per l'accesso ed al 50% di agevolazione del contributo a fondo perduto, **il fondo è stato richiesto**, per la prima volta, **da una platea di aziende non abituate all'utilizzo del supporto SIMEST**, ma decise ad aumentare le risorse disponibili per il potenziamento della propria presenza estera.

Qualsiasi sia la sua origine, una risorsa, per essere tale, deve essere gestita in maniera da massimizzare il ritorno dell'investimento. In tema di internazionalizzazione, l'utilizzo delle risorse **per l'incremento di presenza e di fatturato estero** è saggio se fatto secondo **una strategia precisa e con un'attività costante**. Inutile sottolineare l'improduttività di una strategia vincente quando dispersa nei rivoli di un'azione commerciale farraginosa, come spesso avviene nelle aziende che relegano la ricerca di nuovi clienti esteri ai ritagli di tempo o ad un nuovo arrivato, libero (ma non per molto!) dalla gravosa quotidianità.

Nella vita sono pochi gli obiettivi facili da raggiungere e l'aumento del fatturato in Paesi esteri non è tra questi. **Per aumentare la chance di successo, la ricerca commerciale all'estero deve essere riconosciuta come un'attività aziendale**, con risorse economiche destinate ed affidata a professionisti multilingue che vi dedichino il tempo necessario e che sappiano:

- **mappare i potenziali clienti** e profilare le realtà con cui si rapporteranno;
- padroneggiare tecniche di **cold calling**, così da eludere il filtro di una segreteria zelante e da attirare l'attenzione di un interlocutore poco attento;
- esercitare un **ascolto attivo**, tramite il quale individuare i veri bisogni del cliente, al di là della scontata triade "prezzo-servizio-qualità";
- **cogliere lo spazio lasciato dai competitors** e le opportunità da sfruttare (Quali sono i punti forti? Quali i deboli? Il cliente è pienamente soddisfatto o pensa ci sia spazio di miglioramento?);
- **adattare la strategia Export al singolo cliente** al quale comunicare, in maniera chiara, perché scegliere l'azienda rispetto alla concorrenza;
- tradurre le caratteristiche del prodotto in **vantaggi concreti per il cliente**;
- preparare il proprio **schema di trattativa** e sceglierne il teatro (telefonicamente? Di persona? Presso una fiera?);
- finalizzare le trattative tramite tecniche di **vendita customizzate**;
- **fidelizzare il cliente** attraverso contatti, visite ed attività di *customer satisfaction*;

L'Export è un viaggio in salita che, a prescindere dalle risorse, necessita di una **guida sicura che sappia condurre verso la vetta**. La scelta di un valido gruppo di professionisti può permettere di scalare il fatturato e, dall'alto della cima raggiunta, di individuare ulteriori traguardi.

Contattaci  
e scopri tutte  
le opportunità



800 94 24 24

Gruppo  
**FINSERVICE.com**  
LEADER DELLA FINANZA AGEVOLATA