



REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA

ASSESSORATO DELL'INDUSTRIA

CATALOGO SERVIZI REALI EXPORT



Indice

Introduzione.....	3
Piano di marketing strategico per l'estero.....	4
Organizzazione funzione commerciale/ufficio export.....	5
Assistenza all'avvio dei contatti e alla gestione dei rapporti con partner esteri.....	6
Servizi per l'individuazione e l'adeguamento dei prodotti a normative tecniche estere.....	7
Servizi per la costituzione all'estero di rappresentanze permanenti.....	8
Creazione di reti di vendita e assistenza nei mercati esteri.....	9
Organizzazione e partecipazione a manifestazioni fieristiche.....	10
Progettazione e l'adeguamento del materiale promozionale e packaging.....	11
Progettazione e realizzazione di azioni promozionali presso i punti di vendita.....	12
Azioni di sensibilizzazione verso la stampa locale.....	13
Azioni di direct marketing.....	14
Definizione e implementazione del sistema di Customer Relationship Management.....	15
Progettazione e realizzazione di azioni promozionali e campagne pubblicitarie.....	16
Organizzazione e realizzazione di educational tour e altre iniziative di follow-up.....	17
Affiancamento al management aziendale attraverso servizi di Temporary Management.....	18



Introduzione

Questo documento contiene l'elencazione dei servizi che l'impresa può richiedere all'interno del Piano Export. Tali servizi sono fruibili a costi agevolati e sono forniti attraverso consulenti esterni scelti dall'impresa.

Il Soggetto beneficiario ed i fornitori di servizi non devono avere alcun tipo di partecipazione reciproca a livello societario. Inoltre non è riconosciuta, ai fini della determinazione del contributo, la consulenza specialistica rilasciata da amministratori, soci e dipendenti del soggetto beneficiario del contributo, nonché di eventuali partner, sia nazionali che esteri.

Il soggetto incaricato di fornire i servizi deve realizzarli utilizzando la propria struttura organizzativa; ad esso non è pertanto consentito di esercitare forme di intermediazione dei servizi verso altre imprese di consulenza attraverso l'affidamento della realizzazione di tutto o di parte del lavoro del quale è stato incaricato. E' fatta eccezione per le attività operative da realizzarsi all'estero che possono essere demandate a soggetti esteri non appartenenti alla propria struttura organizzativa.

Nel caso in cui si dovesse procedere alla sostituzione del fornitore dei servizi, il nuovo soggetto incaricato deve possedere gli stessi requisiti professionali e di competenza del fornitore sostituito. Resta inteso che tale sostituzione deve essere valutata e accettata dall'Assessorato dell'Industria.

In ogni caso i servizi richiesti non devono essere continuativi o periodici, né connessi alle normali spese di funzionamento della azienda.

Per ogni tipologia di servizio è stato individuato un massimale di costo ammissibile, in funzione della complessità aziendale espressa in termini di fatturato (si farà riferimento al fatturato dichiarato nell'ultimo bilancio approvato). In sede di valutazione tecnica del piano la Commissione provvede, ove necessario, all'adeguamento dei costi ammessi ritenuti non congrui.

Nel caso di richieste avanzate da organismi associativi (es. Consorzi e ATI), ai fini del calcolo del costo massimo di ciascun servizio, si farà riferimento alla somma dei fatturati di ciascuna impresa considerata ammissibile dichiarati nell'ultimo bilancio approvato.

Il catalogo non è esaustivo dei servizi reali per l'export. Qualora nel piano export presentato venga proposto un servizio non incluso fra quelli descritti nel presente catalogo la Commissione Tecnica di Valutazione provvederà a verificarne la coerenza dei contenuti e la congruità del costo nell'ambito del piano export presentato. La concessione di servizi non inclusi nel catalogo sarà valutata in relazione alle effettive esigenze e problematiche manifestate dall'impresa richiedente in sede di piano export. Tale valutazione e l'individuazione del costo ammissibile sarà effettuata sulla base delle caratteristiche aziendali e produttive dell'impresa, della sua struttura patrimoniale, economica, finanziaria e in relazione al suo mercato di riferimento.

Se, in sede di valutazione, si rileva una sovrapposizione nei contenuti di uno o più dei servizi richiesti dalla impresa, si procederà ad un adeguamento del costo ammesso per il singolo servizio che presenta tali sovrapposizioni o all'eliminazione dello stesso.



Piano di marketing strategico per l'estero

Obiettivi

Definizione del mercato obiettivo; studio caratteristiche e segmentazione del medesimo.

Definizione degli obiettivi commerciali nel mercato obiettivo.

Formulazione strategie di posizionamento e di marketing sulla base degli obiettivi prefissati, creazione di un planning di breve, medio e lungo periodo.

Descrizione

Ricerca di mercato per una corretta definizione delle caratteristiche del mercato obiettivo.

Analisi quantitativa del mercato potenziale: dimensioni offerta e domanda potenziale in quantità e valore, quote di mercato, livello dei prezzi locali al consumo nei vari canali commerciali, margini di intermediazione per i vari canali commerciali, costi di distribuzione locali.

Analisi qualitativa: processi di acquisto, canali di distribuzione usati per la commercializzazione del prodotto; sistemi di assistenza tecnica postvendita al prodotto se necessari; regolamentazioni relative al prodotto (eventuali limitazioni alle importazioni, permessi o autorizzazioni da ottenere, norme riguardanti il prodotto per esempio su etichettatura, confezione, ecc.); importatori locali o ditte da contattare per una collaborazione nell'importazione.

Scelta del target e del canale distributivo e definizione degli obiettivi commerciali.

Progettazione e formulazione delle strategie di posizionamento e di marketing sulla base degli obiettivi prefissati (strategia di prodotto, marketing mix, listini, ecc.).

Indicazione di suggerimenti per l'impostazione e realizzazione delle strategie di marketing.

Analisi di fattibilità economica e finanziaria; indicazione dei fabbisogni finanziari e relativa copertura.

Massimale di costo per classe di fatturato aziendale

SERVIZIO	FINO A 0,5 MLN €	DA 0,5 MLN € A 1,5 MLN €	DA 1,5 MLN € A 2,5 MLN €	OLTRE 2,5 MLN €
PIANO STRATEGICO DI MARKETING PER L'ESTERO	7.000	14.000	18.000	22.000

Indicatori di monitoraggio

Copia del piano strategico di marketing per l'estero.



Organizzazione funzione commerciale/ufficio export

Obiettivi

Organizzare l'ufficio export.

Descrizione

Dimensionamento struttura e definizione profili necessari.

Definizione delle procedure e della modulistica per le attività gestione dell'ordine (flusso attività, fatturazione, documentazione di accompagnamento prodotti, strumenti incasso e pagamento, sistemi logistici, assicurazione merci, listini, ecc.).

Massimale di costo per classe di fatturato aziendale

SERVIZIO	FINO A 0,5 MLN €	DA 0,5 MLN € A 1,5 MLN €	DA 1,5 MLN € A 2,5 MLN €	OLTRE 2,5 MLN €
ORGANIZZAZIONE FUNZIONE COMMERCIALE/UFFICIO EXPORT	3.500	6.000	9.000	12.000

Indicatori di monitoraggio

Manuale operativo.



Assistenza all'avvio dei contatti e alla gestione dei rapporti con partner esteri

Obiettivi

Selezione e contatto di operatori target per la discussione e la definizione di accordi.

Descrizione

Individuazione di una lista ridotta di partner potenziali (raccolta e verifica interesse nominativi selezionati).

Predisposizione e invio di materiale informativo e promozionale.

Follow-up telefonico, verifica gradimento e organizzazione incontri.

Assistere l'azienda nella definizione di accordi di collaborazione commerciale o industriale, nell'individuazione di normative per l'adeguamento delle produzioni ai mercati obiettivo, ecc.

Massimale di costo per classe di fatturato aziendale

SERVIZIO	FINO A 0,5 MLN €	DA 0,5 MLN € A 1,5 MLN €	DA 1,5 MLN € A 2,5 MLN €	OLTRE 2,5 MLN €
ASSISTENZA ALL'AVVIO DEI CONTATTI E ALLA GESTIONE DEI RAPPORTI CON PARTNER ESTERI	6.000	10.000	16.000	22.000

Indicatori di monitoraggio

Report dettagliato delle attività completate copia degli accordi sottoscritti, eventuali autorizzazioni, ecc..



Servizi per l'individuazione e l'adeguamento dei prodotti a normative tecniche estere

Obiettivi

Adeguamento delle produzioni a normative estere.

Descrizione

Individuazione delle disposizioni e delle norme tecniche relative alle diverse categorie di prodotto oggetto di commercializzazione nei mercati obiettivo.

Massimale di costo per classe di fatturato aziendale

SERVIZIO	FINO A 0,5 MLN €	DA 0,5 MLN € A 1,5 MLN €	DA 1,5 MLN € A 2,5 MLN €	OLTRE 2,5 MLN €
SERVIZI PER L'INDIVIDUAZIONE E L'ADEGUAMENTO DEI PRODOTTI A NORMATIVE TECNICHE ESTERE	6.000	10.000	16.000	22.000

Indicatori di monitoraggio

Relazione dettagliata attività svolta.



Servizi per la costituzione all'estero di rappresentanze permanenti

Obiettivi

Dotare l'azienda di una rappresentanza, ufficio commerciale, in un paese estero.

Descrizione

Definizione della tipologia di rappresentanza da attivare.

Predisposizione contratti e sistema di incentivazioni.

Formazione agenti e monitoraggio rete vendita.

Supporto allo sviluppo della rete vendita.

Monitoraggio delle attività e supporto alla rete di vendita.

Predisposizione contratti e sistema di incentivazioni.

Formazione agenti e monitoraggio rete vendita.

Massimale di costo per classe di fatturato aziendale

SERVIZIO	FINO A 0,5 MLN €	DA 0,5 MLN € A 1,5 MLN €	DA 1,5 MLN € A 2,5 MLN €	OLTRE 2,5 MLN €
SERVIZI PER LA COSTITUZIONE E IL FUNZIONAMENTO ALL'ESTERO DI RAPPRESENTANZE PERMANENTI	6.000	10.000	16.000	22.000

Indicatori di monitoraggio

Relazione dettagliata sull'attività svolta.



Creazione di reti di vendita e assistenza nei mercati esteri

Obiettivi

Creazione e sviluppo di una rete di vendita e assistenza.

Contenuto

Definizione del modello di rete vendita da costruire.

Ricerca e selezione dei profili professionali.

Predisposizione contratti e sistema di incentivazioni.

Piano di addestramento agenti.

Definizione di strumenti di monitoraggio rete vendita.

Massimale di costo per classe di fatturato aziendale

SERVIZIO	FINO A 0,5 MLN €	DA 0,5 MLN € A 1,5 MLN €	DA 1,5 MLN € A 2,5 MLN €	OLTRE 2,5 MLN €
CREAZIONE DI RETI VENDITA E ASSISTENZA NEI MERCATI ESTERI	6.000	10.000	16.000	22.000

Indicatori di monitoraggio

Report dettagliato delle attività e della rete vendita organizzata.



Organizzazione e partecipazione a manifestazioni fieristiche

Obiettivi

Partecipazione a manifestazioni fieristiche.

Contenuto

Scelta delle manifestazioni fieristiche.

Prenotazione spazi espositivi, servizi fieristici.

Promozione partecipazione presso clienti, anche potenziali (diffusione inviti).

Predisposizione stand e materiale fieristico e organizzazione spedizioni.

Assistenza durante lo svolgimento della fiera.

Follow-up dei contatti attivati.

Massimale di costo per classe di fatturato aziendale

SERVIZIO	FINO A 0,5 MLN €	DA 0,5 MLN € A 1,5 MLN €	DA 1,5 MLN € A 2,5 MLN €	OLTRE 2,5 MLN €
ORGANIZZAZIONE E PARTECIPAZIONE A MANIFESTAZIONI FIERISTICHE	10.000	16.000	26.000	40.000

Tale servizio può essere richiesto solo alla prima partecipazione di un'impresa ad una determinata fiera o esposizione.
Il costo ammissibile per ogni singola manifestazione fieristica non può superare i 12.000 euro.

Indicatori di monitoraggio

Report dettagliato attività e contatti attivati, copia foto stand.



Progettazione e l'adeguamento del materiale promozionale e packaging

Obiettivi

Dotare l'azienda di strumenti di comunicazione adeguati ai mercati esteri obiettivo.

Descrizione

Analisi dei prodotti e del settore di appartenenza dell'azienda la definizione del posizionamento ricercato.

Individuazione delle linee guida da sviluppare nella comunicazione.

Progettazione degli strumenti comunicazione: marchio e immagine coordinata; catalogo; depliant; nome prodotto; etichette; manualistica; packaging; sito Internet, ecc..

Massimale di costo per classe di fatturato aziendale

SERVIZIO	FINO A 0,5 MLN €	DA 0,5 MLN € A 1,5 MLN €	DA 1,5 MLN € A 2,5 MLN €	OLTRE 2,5 MLN €
PROGETTAZIONE E L'ADEGUAMENTO DEL MATERIALE PROMOZIONALE E PACKAGING	14.000	18.000	22.000	25.000

Indicatori di monitoraggio

Copia dei materiali realizzati (nota bene: non sono sufficienti gli elaborati progettuali degli strumenti).



Progettazione e realizzazione di azioni promozionali presso i punti di vendita

Obiettivi

Ideazione, progettazione e gestione di campagne promozionali rivolte ai consumatori, al *trade* e alla forza vendita.

Descrizione

Definizione degli obiettivi di comunicazione per il lancio di un prodotto o per incrementare il consumo e la vendita di un prodotto già esistente

Scelta delle tipologie di evento e dei mezzi di comunicazione da utilizzare.

Gestione dei rapporti di *partnership* tra *sponsor* ed aziende.

Gestione di eventuali pratiche di concorsi ed operazioni a premio tramite raccolta punti.

Progettazione dell'allestimento e di espositori pubblicitari all'interno del punto vendita.

Progettazione di cartoline concorso, locandine e cataloghi ad hoc.

Selezione ed aggiornamento sul prodotto di *promoter*.

Presentazione ed illustrazione alla forza vendita.

Pianificazione tempi e costi.

Massimale di costo per classe di fatturato aziendale

SERVIZIO	FINO A 0,5 MLN €	DA 0,5 MLN € A 1,5 MLN €	DA 1,5 MLN € A 2,5 MLN €	OLTRE 2,5 MLN €
PROGETTAZIONE E REALIZZAZIONE DI AZIONI PROMOZIONALI PRESSO I PUNTI DI VENDITA	18.000	22.000	30.000	35.000

Indicatori di monitoraggio

Relazione conclusiva delle azioni completate e copia del materiale promozionale progettato.



Azioni di sensibilizzazione verso la stampa locale

Obiettivi

Organizzare un'attività di comunicazione aziendale informale.

Descrizione

Selezione dei principali periodici specializzati e magazine locali.

Composizione del file di lavoro: individuazione e contatto dei responsabili degli spazi di ogni testata.

Predisposizione di comunicati stampa e profili aziendali.

Invio di comunicati stampa ed editoriali.

Organizzazione di conferenze stampa, interviste ed eventi.

Follow-up dei contatti, sensibilizzazione e aggiornamento delle informazioni.

Massimale di costo per classe di fatturato aziendale

SERVIZIO	FINO A 0,5 MLN €	DA 0,5 MLN € A 1,5 MLN €	DA 1,5 MLN € A 2,5 MLN €	OLTRE 2,5 MLN €
AZIONI DI SENSIBILIZZAZIONE VERSO LA STAMPA LOCALE	10.000	12.000	15.000	20.000

Indicatori di monitoraggio

Relazione conclusiva delle azioni completate, copia uscite media e del materiale di comunicazione progettato.



Azioni di direct marketing

Obiettivi

Il Direct Marketing è uno strumento che permette all'impresa di allargare la propria base clienti, incrementare il valore degli acquisti per cliente e contenere il tasso di abbandono.

Contenuto

Il servizio prevede:

- ◆ l'individuazione dell'obiettivo di marketing: questa fase prevede la formalizzazione degli obiettivi di marketing (es. conoscere meglio i clienti e sapere esattamente cosa si aspettano; acquisire nuovi clienti; coadiuvare l'eventuale rete di vendita nello svolgimento delle attività commerciali; curare la relazione con i clienti già acquisiti);
- ◆ la costruzione e interrogazione di un database: il database dovrà contenere dati identificativi, dati demografici o dimensionali, caratteristiche e comportamentali dei clienti, loro preferenze e bisogni, quanto sono profittevoli e quando e come interagiscono con l'organizzazione;
- ◆ definizione delle azioni e strumenti di marketing diretto.

I principali strumenti di marketing interattivo per attuare le azioni di MKTG diretto sono:

- ◆ il telemarketing: identifica le attività telefoniche in entrata ed in uscita, finalizzate alla vendita ed al supporto di attività commerciali.
- ◆ il mailing: attività di invio messaggi ed offerte attraverso la posta con l'obiettivo di generare una risposta/azione da parte di un cliente attuale o potenziale.

Massimale di costo per classi di fatturato aziendale

SERVIZIO	FINO A 0,5 MLN €	DA 0,5 MLN € A 1,5 MLN €	DA 1,5 MLN € A 2,5 MLN €	OLTRE 2,5 MLN €
AZIONI DI DIRECT MARKETING	6.000	8.000	12.000	16.000

Indicatori di monitoraggio

Relazione conclusiva delle azioni completate e dei risultati raggiunti, copia del materiale di comunicazione progettato.

In particolare occorre misurare i risultati ottenuti, valutando in particolare le seguenti variabili: numero di comunicazioni effettuate (lettere, telefonate); numero contatti conclusi con successo (redemption).



Definizione e implementazione del sistema di Customer Relationship Management

Obiettivi

Sviluppare strumenti avanzati di ottimizzazione nella gestione dei clienti attuali e potenziali.

Descrizione

Definizione degli obiettivi dell'attività e dei risultati attesi dalle azioni.

Definizione della struttura dei data base relazionali e loro integrazione.

Progettazione della gestione integrata delle attività di data entry, front office e di back office.

Coordinamento della diffusione e gestione delle informazioni e dei servizi attraverso il web.

Studio e realizzazione delle procedure da implementare sul sito Web.

Definizione e implementazione di strategie e strumenti di promozione.

Massimale di costo per classe di fatturato aziendale

SERVIZIO	FINO A 0,5 MLN €	DA 0,5 MLN € A 1,5 MLN €	DA 1,5 MLN € A 2,5 MLN €	OLTRE 2,5 MLN €
DEFINIZIONE E IMPLEMENTAZIONE DEL SISTEMA DI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT	7.500	10.000	15.000	20.000

Indicatori di monitoraggio

Report dettagliato delle attività completate.



Progettazione e realizzazione di azioni promozionali e campagne pubblicitarie

Obiettivi

Pianificare lo svolgimento di attività promozionali e pubblicitarie.

Descrizione

Analisi della situazione e definizione degli obiettivi generali della campagna.

Selezione e l'analisi del pubblico di riferimento (target campagna).

Definizione della strategia creativa: advertising e copy strategy.

Scelta, pianificazione e acquisto degli spazi pubblicitari (media planning). Valutazione dei risultati della campagna.

Massimale di costo per classe di fatturato aziendale

SERVIZIO	FINO A 0,5 MLN €	DA 0,5 MLN € A 1,5 MLN €	DA 1,5 MLN € A 2,5 MLN €	OLTRE 2,5 MLN €
PROGETTAZIONE E REALIZZAZIONE DI AZIONI PROMOZIONALI E PUBBLICITARIE	15.000	20.000	28.000	35.000

Indicatori di monitoraggio

Relazione conclusiva e copia del piano media attuato.



Organizzazione e realizzazione di educational tour e altre iniziative di follow-up

Obiettivi

Consolidamento contatti e avvio di accordi commerciali o produttivi.

Descrizione

A seguito dei contatti attivati in occasione delle azioni promozionali (fiere, missioni all'estero) si prevedono azioni di consolidamento dei rapporti avviati.

Definizione degli obiettivi della missione e caratteristiche degli operatori da invitare.

Individuazione degli operatori.

Predisposizione location e programma degli incontri.

Assistenza interpreti.

Gestione operative e logistica della missione.

Valutazione dei risultati dell'attività.

Massimale di costo per classe di fatturato aziendale

SERVIZIO	FINO A 0,5 MLN €	DA 0,5 MLN € A 1,5 MLN €	DA 1,5 MLN € A 2,5 MLN €	OLTRE 2,5 MLN €
ORGANIZZAZIONE E REALIZZAZIONE DI EDUCATIONAL TOUR (MISSIONE OPERATORI IN ITALIA)	12.000	16.000	22.000	26.000

Indicatori di monitoraggio

Relazione dettagliata dell'attività svolta.



Affiancamento al management aziendale attraverso servizi di Temporary Management

Obiettivi

Risolvere le problematiche dell'azienda attraverso l'intervento temporaneo (fino ad un massimo di un anno) di un professionista che abbia maturato comprovate e significative esperienze nella conduzione di aziende in tema di export, sulla base delle quali sostituirà o affiancherà il management attuale.

Contenuto

Il servizio aiuta le aziende ad affrontare un percorso di internazionalizzazione mediante l'inserimento temporaneo di professionisti altamente qualificati e motivati con deleghe, obiettivi e tempi predeterminati che dovranno gestire il percorso di internazionalizzazione.

Massimale di costo in base agli anni di esperienza del temporary manager (per 12 mesi di prestazione professionale – costo lordo)

SERVIZIO	DA 5 ANNI A 10 ANNI	DA 10 ANNI A 15 ANNI	OLTRE 15 ANNI
AFFIANCAMENTO AL MANAGEMENT AZIENDALE – TEMPORARY MANAGEMENT	€ 40.000	€ 70.000	€ 90.000

La richiesta del servizio di temporary management deve contenere l'elenco delle attività che il manager dovrà espletare in maniera operativa per conto del cliente. Non potranno essere erogati alla medesima impresa i servizi previsti nel presente catalogo oggetto delle attività del temporary manager, nel quale si procederà alla ridefinizione del massimale di costo.

Il massimale di costo sarà altresì definito in base agli anni di esperienza del temporary manager e in base al numero di mesi di erogazione del servizio.

Indicatori di monitoraggio

Copia del conferimento di incarico contenente l'elenco delle attività che il manager dovrà espletare, l'individuazione degli obiettivi da raggiungere e la data di inizio e fine dell'incarico. Piano dettagliato delle attività svolte e dei risultati conseguiti.