

COLTIVA IL TUO BUSINESS

saper governare la competitività
ovvero la sfida dell'internazionalizzazione





• **quando ricorrere alla ricerca di mercato?**

SEMPRE, prima di decidere un investimento importante o di porsi delle aspettative, sia in Paesi economicamente strutturati che, soprattutto, in realtà emergenti

• **perché affidarsi a una ricerca di mercato?**

PERCHÉ solo attraverso la conoscenza dei parametri di riferimento del mercato prescelto, è possibile pianificare una strategia di marketing e una politica commerciale coerente

• **ma è vero che solo le grandi imprese possono permettersi le ricerche di marketing?**

NO, perché è possibile strutturare la ricerca in base alle dimensioni e agli obiettivi del cliente.

• **perché scegliere Axis?**

PERCHÉ la nostra è una realtà operativa nei mercati emergenti sin dal 1991, con Fiere, uffici e personale locale.

Internazionalizzazione razionale: la mossa vincente

*Dato per assunto che la caratteristica principale dell'attuale panorama economico è la **globalizzazione**, e – se è vero, come è vero – che l'unica risposta possibile, sicuramente, la più efficace, è nel **processo di internazionalizzazione d'impresa**, allora, quale strategia adottare?*

Una delle debolezze evidenziate nel processo di internazionalizzazione delle imprese italiane, soprattutto di quelle di minori dimensioni, sta tutta nel fatto che la scelta dei mercati esteri in cui fare ingresso è dettata, il più delle volte, da un impulso per nulla razionale, non

suffragato da alcun dato effettivo e riscontrabile; anzi, è un dato statisticamente appurato che una quota rilevante delle aziende italiane **non svolge alcuna ricerca di mercato!**

Va da sé che questo atteggiamento – di tipo cosiddetto reattivo, ovvero la semplice risposta ad una sollecitazione esterna – comporta dei rischi d'impresa elevati.

Ecco perché, conoscere in maniera più approfondita i nuovi mercati di riferimento diventa il punto nodale di partenza di ogni processo di internazionalizzazione con tutte le carte in regola per definirsi "vincente".

La proposta di Axis - Research & Analysis Division è la

RICERCA DI MERCATO

Axis, da sempre, propone alle aziende italiane i nuovi mercati da approcciare, individuati nelle new economies o nei Paesi post-bellici, selezionati con cura e dopo attente analisi e valutazioni.

Da oggi, Axis è in grado di accompagnare le aziende in questo processo di internazionalizzazione con gli strumenti

più richiesti e più efficaci, il plus che consente alle imprese di non "bucare" l'investimento.

Axis oggi può offrire lo strumento "principe" per la corretta valutazione dell'azione, sia per le aziende che già operano nei nuovi mercati, sia per quelle che intendono approcciarsi a queste nuove realtà.

L'OPERATIVITÀ DI AXIS

- AXIS si avvale di un network di esperti di lunga e provata esperienza, che include la specializzazione nell'area mediterranea e mediorientale.
- La collaborazione con l'Università di Verona, la Salahaddin University di Erbil e la società Complan pone in atto sinergie uniche per la raccolta dei dati macro e micro economici e la corretta analisi degli stessi.
- Gli ambiti di ricerca: analisi macro-economico sociale del territorio, ricerche microeconomiche sui consumi, sulla forza lavoro, analisi specifiche di settore, frontiere di efficienza e benchmarking.
- La metodologia d'indagine: acquisizione e verifica dei dati disponibili, costruzione di SAM territoriali in grado di rappresentare l'intero sistema economico anche in proiezione futura, organizzazione di indagini mirate, formazione del personale, creazione e aggiornamento di un database di microdati per effettuare analisi sul territorio di natura sia sociale sia economica.
- Consulenza diretta alle imprese: i servizi offerti si fondano su tre tipologie di analisi con diversi gradi di specializzazione
Customer Outlook Market Analysis Business Plan

customer outlook

ovvero la conoscenza dell'impresa cliente e delle sue potenzialità per valutare il piano di sviluppo sui mercati esteri prescelti.

Alcuni esempi di report:

- Fare business nel nuovo mercato di riferimento, quadro generale
- I principali indicatori economici
- La domanda del mercato
- I consumi
- Import e export
- Le istituzioni
- La produzione
- Le migliori imprese del settore (macroanalisi)

market analysis

ovvero l'analisi di mercato sui paesi prescelti, "mirata", che – attraverso la lettura dei microdati economici – consente di valutare i principali canali distributivi del settore, di elaborare il piano strategico prodotto/clienti, di simulare l'andamento del business prendendo in considerazione i prodotti/prezzi dei principali competitor sui mercati di riferimento.

Alcuni esempi di report:

- La distribuzione di settore per paese
- I consumi delle famiglie per paese
- La domanda del mercato
- Le fiere
- I canali distributivi
- Tipo di retail e distributori
- Il profilo dei principali distributori
- Localizzazione dei distributori

business plan

ovvero l'elaborazione di un progetto economico-finanziario in grado di simulare l'andamento del business sia nel breve che nel medio-lungo periodo

raccogliere i frutti

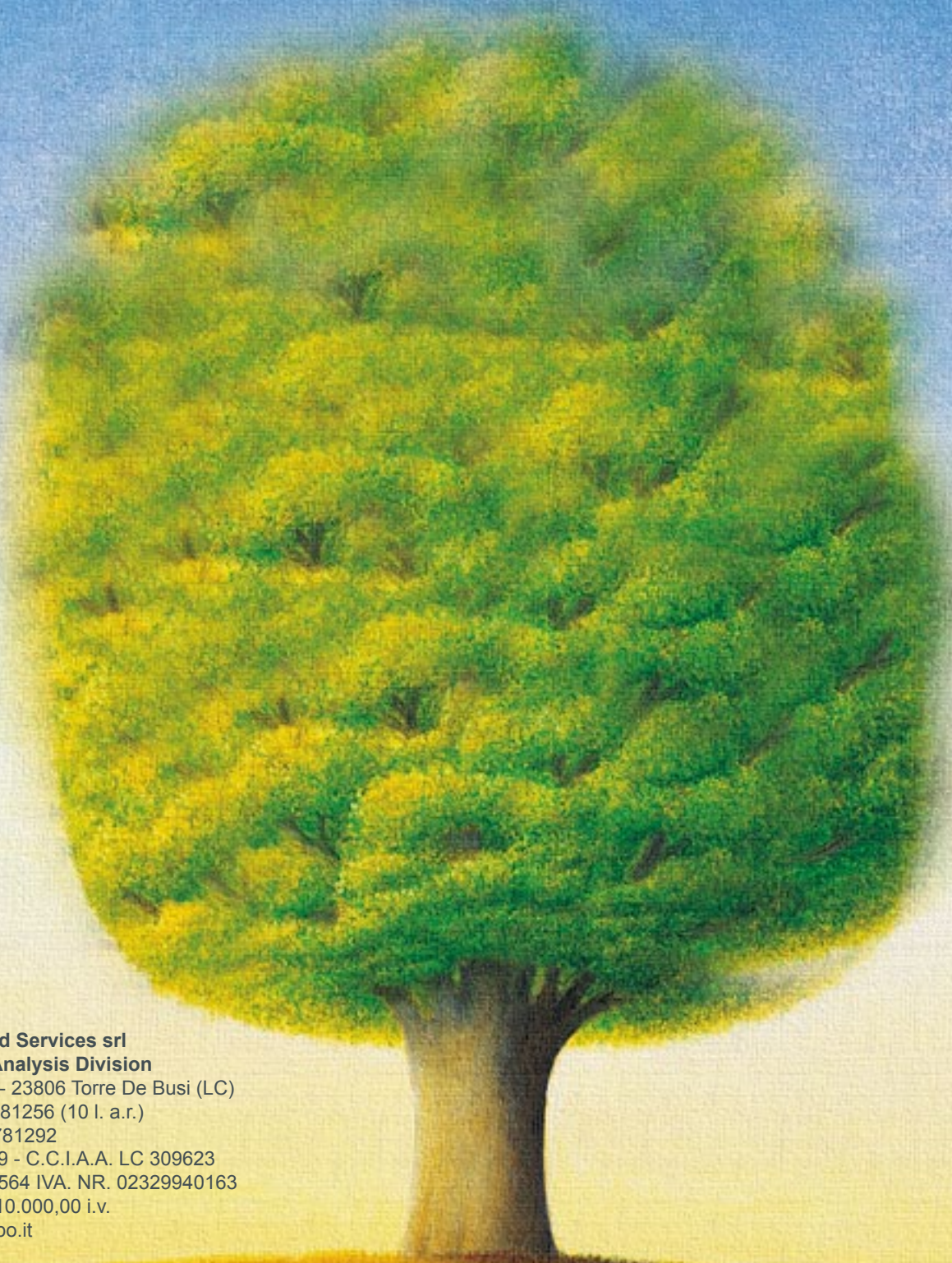
Con Axis,
l'azione di penetrazione
dei nuovi mercati
diventa come l'opera
dell'agricoltore:

- **arare minuziosamente la terra**
SCOPRIRE e comprendere
il nuovo mercato
- **seminare con cura**
RACCOGLIERE e analizzare i dati
raffrontandoli con la propria realtà
- **prefigurarsi il raccolto**
IMPOSTARE un business plan accurato
- **nutrire il seme piantato**
SVILUPPARE le strategie di mercato
- **raccogliere i frutti**
GENERARE il business





Cerchiamo il futuro
dove c'è



Axis Fairs and Services srl
Research & Analysis Division
Via Sonna 30 - 23806 Torre De Busi (LC)
Tel. +39 035 781256 (10 l. a.r.)
Fax +39 035 781292
U.I.C. n. 12679 - C.C.I.A.A. LC 309623
Trib. BG n. 48564 IVA. NR. 02329940163
Cap. Soc. € 110.000,00 i.v.
www.italianexpo.it