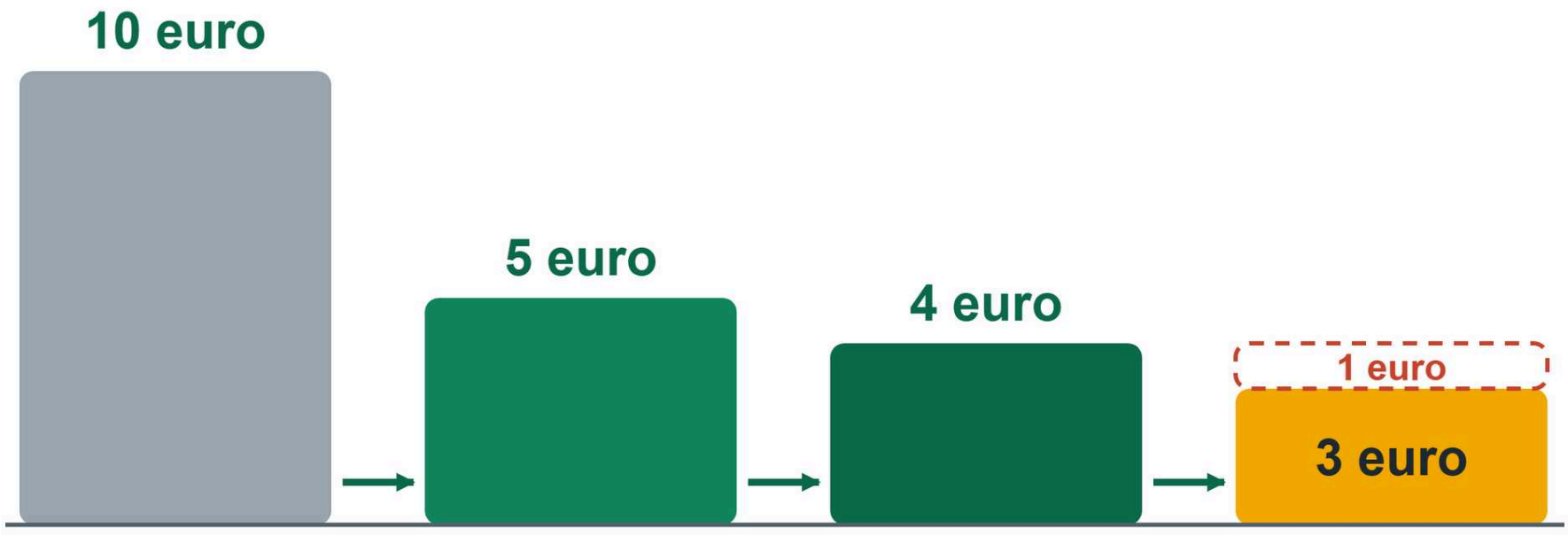
Export alimentare: partner esteri

dal prezzo sostenibile al cliente che riordina

Importatori e distributori: conto, canali e scelta

1 Il conto a ritroso parte dal prezzo a scaffale

Esempio dell'articolo: numeri costruiti per spiegare il metodo



prezzo a scaffale, senza imposta sul consumo	acquisto del negozio (margine 50%)	costo dell'importatore (margine 20%)	**al produttore, tolto 1 euro di altri costi**

Il margine si calcola sul prezzo di vendita

il ricarico sul costo; se il conto non regge, rivedi formato o mercato

2 Il canale giusto dipende dal tuo caso

Pochi operatori adatti e identificabili → **Elenco mirato e ICE**

- contatti diretti alle aziende scelte
- ricerca ICE gratuita fino a 100 dipendenti, massimo 5 richieste l'anno

Compratori che cercano un fornitore → **Google Ads**

- le parole del compratore: «Italian pasta supplier»
- opzione geografica «Presenza»

Aziende già individuate → **LinkedIn**

- referenti di chi decide gli acquisti
- annunci: minimo 300 membri abbinati, persone e non aziende

In fiera: appuntamenti scelti prima

un catalogo espositori non è un elenco di acquirenti qualificati

3 Conta le offerte e i riordini, non i contatti



da contare: operatori del canale giusto arrivati all'offerta e clienti che riordinano

Riunisci i contatti della stessa impresa

più persone della stessa azienda non sono più opportunità

Fonte: articolo (esempio di calcolo costruito); Agenzia ICE, Google Ads, LinkedIn

KLC www.klc.it

Fonte: KLC · Export alimentare B2B: come trovare e scegliere importatori e distributori esteri
https://www.klc.it/blog/lead-generation/export-alimentare-b2b-importatori-distributori-esteri/