Strategia internazionale per una PMI

come scegliere paesi e canali

Dall’analisi con fonti pubbliche al piano per ciascun paese

1 Dall’analisi a 2-3 paesi da provare

1	2	3	4	5
Prodotto e codice doganale	Quanto il paese compra dal mondo	Domanda servibile da te	Accesso, costi e rischio	2-3 paesi e ordine delle prove

Prima gli ostacoli decisivi, poi il confronto

un requisito che non rispetti non lo compensa la domanda in crescita

2 Come entrare nel paese

Vendi tu export diretto	Con intermediari agente estero o operatore in Italia	Accordi e presenza licenza, joint venture, filiale
✓ al cliente aziendale ✓ a un distributore estero	✓ l’agente tratta, il cliente compra da te	✓ risorse condivise o struttura propria
Più informazioni sul cliente, più lavoro interno	**Meno attività interne, meno conoscenza del mercato**	**Più impegno, più vincoli da concordare**

Fiere, marketplace e sito sono mezzi

servono a incontrare i compratori, con qualunque modo di entrata

3 Dopo le prime prove: continuare, correggere o fermarti

Contatti giusti, preventivi fermi	rivedi offerta e condizioni
Ordini senza margine	rivedi prezzo e modo di servire il paese
Requisito essenziale irraggiungibile	sospendi quella strada

Misura trattative, ordini, margine e ore

le visite al sito da sole non dimostrano un mercato servibile

Fonti: Istat; Eurostat; Commissione UE, Access2Markets; SACE, Mappa dell’Export 2026

KLC www.klc.it

Fonte: KLC · Strategia di marketing internazionale per una PMI: come scegliere paesi e canali
https://www.klc.it/blog/strategia/strategia-marketing-internazionale/