

2014/2020

# POR



FESR / REGIONE DEL VENETO



UNIONE EUROPEA



REGIONE DEL VENETO

## MODELLO DI RELAZIONE FINALE DI PROGETTO

DENOMINAZIONE DELL'IMPRESA, CONSORZIO/SOCIETÀ CONSORTILE/SOCIETÀ COOPERATIVA O CONTRATTO DI "RETE SOGGETTO" (presentatore della domanda di pagamento del sostegno):

**ALUNOVA SRL**

C.F. / P.IVA: **03724610237**

## PARTE 1 – INFORMAZIONI GENERALI SULLA REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

### TITOLO DEL PROGETTO

**Internazionalizzazione Alunova Srl**

DURATA EFFETTIVA DEL PROGETTO (in mesi): **10**

Progetto concluso in data (giorno/mese/anno): **31/12/2021**

## **SINTESI DEL PROGETTO REALIZZATO**

*Riprendendo la presentazione del progetto effettuata nel “Modello descrittivo di progetto” (Allegato B - voce A1), descrivere che cosa è stato svolto riguardo a ogni attività prevista e quali obiettivi sono stati raggiunti (max 5.000 caratteri).*

Il progetto ha riguardato l'utilizzo del servizio specialistico, nello specifico di una pianificazione promozionale sui mercati

esteri con l'obiettivo finale di raggiungere, interagire ed infine collaborare con clienti per la vendita dei prodotti in territori esteri, tramite l'ufficio commerciale interno e rappresentanti locali coordinati.

Questo progetto si è sviluppato tramite diverse azioni mirate sui mercati esteri, ossia:

Piano strategico di comunicazione per paesi esteri

- Analisi di mercato
- Analisi dei competitor/ posizionamento strategico
- Analisi SWOT
- Definizione Unique value proposition
- Analisi Buyer personas e relativo customer journey
- Stesura piano di Web marketing

Ricerca operatori estero

- Analisi, contatto ed iscrizione a marketplace europei
- Ricerca, contatto, qualifica e organizzazione appuntamento con partner commerciali
- Ricerca blogger, opinion leader, influencer di settore per far crescere il brand a livello territoriale

Riepilogare i servizi erogati da ciascun fornitore utilizzato ed evidenziare i risultati effettivamente raggiunti. Si ricorda che l'avvenuto raggiungimento dei risultati è riscontrato dal soddisfacimento degli indicatori di risultato scelti in fase di redazione del "Modello descrittivo di progetto" (Allegato B – voce A3).

Attenzione: la tabella sotto riportata rappresenta un mero schema esplicativo. È pertanto possibile riportare i contenuti anche in forma non tabellare, sotto forma di relazione che riprenda, comunque, lo schema e i relativi elementi richiesti.

Denominazione dell'impresa, ente fornitore o libero professionista (iscritto ai relativi Albi previsti all'art. 6, comma 3, del bando)	Servizio specialistico erogato dal fornitore (sufficiente riportare uno tra i codici A1; B1; B2; C1)	Descrizione del servizio erogato	Riportare gli indicatori di risultato previsti nel "Modello descrittivo di progetto"	Riportare i risultati / output di risultato effettivamente ottenuti grazie alla prestazione del fornitore (di cui si allega documentazione)
SQUARE MARKETING SRLS	A.1	Piano strategico di Comunicazione	Piano Web Marketing redatto	Grazie al piano di marketing che si allega si è riusciti a comprendere i punti di forza e di debolezza del prodotto aziendale Etherma, nonché le relative opportunità e minacce che si dovranno affrontare. Si è anche compreso il posizionamento nel mercato del nostro prodotto.
SQUARE MARKETING SRLS	A.1	Ricerca operatori estero	Lista contatti operatori esteri contattati	Grazie alla ricerca degli operatori si è potuta ottenere una lista di contatti degli operatori di Francia e Germania (che si allega) molto dettagliata e con molti contatti con cui poter sviluppare potenziali partnership

## PIANO DI SVILUPPO INTERNAZIONALE

*In relazione al piano di internazionalizzazione presentato nel "Modello descrittivo di progetto" (Allegato B – voce A2), chiarire come, grazie ai servizi specialistici erogati dai fornitori, si svilupperà tale piano su di un orizzonte temporale di almeno 3 anni (max. 5.000 caratteri)*

L'impresa ha ben chiaro il piano di internazionalizzazione che intende perseguire per i prossimi 3 anni. Non a caso si è investito un importo così importante nel primo anno del piano, in quanto è fondamentale questa prima fase per poi avere già una base importante da cui partire nei due anni successivi.

Quello che si sta facendo è di entrare in modo stabile e costante nei mercati di Germania e Francia in quanto si era a conoscenza e si sta riscontrando che il nostro prodotto aziendale è ricercato e ci sono delle buone possibilità, data l'ottimo rapporto qualità/prezzo dei nostri prodotti aziendali. Si stanno inoltre concludendo dei buoni accordi commerciali.

Dopo questo primo anno di "studio" e tentativi di approcci ed accordi con i primi collaboratori e partner commerciali che sono avvenuti, si procederà dal secondo anno a cercare di ottenere i primi ordini dei propri prodotti, concludendo il piano con il terzo anno dove si ha l'obiettivo di avere degli ordinativi stabili dai Paesi esteri sopra citati, in modo che possano diventare una fetta importante del fatturato aziendale.

La stima del fatturato con l'estero è di arrivare almeno al 5% del fatturato attuale dell'azienda nell'arco di questi tre anni, con poi un incremento costante del 2% nei 5 anni successivi, fino ad arrivare almeno ad un 20% del fatturato aziendale, per poi valutare e vedere se e come procedere con valori di esportazione ancora maggiori.

Parallelamente a tutto ciò, è in attuazione un'intensa attività di formazione e affiancamento del nostro personale dipendente in modo che possa apprendere tutte le competenze specialistiche per poter procedere con il processo anche interno di internazionalizzazione dell'impresa.

Si specifica che:

Per redarre la lista di contatti sono stati utilizzati i filtri del Sales Navigator di LinkedIn per far combaciare il buyer personas (rivenditore) Frederick (si allega la scheda tipo) con le ricerche di LinkedIn.

Sono stati quindi cercati i titolari che si occupassero di serramenti con aziende con meno di 10 dipendenti in Francia e Germania.

Essi sono stati poi filtrati attraverso una ricerca sui siti per raffinare la ricerca e poi si è iniziato a contattarli tramite LinkedIn.

I contatti che hanno risposto positivamente sono stati poi contattati telefonicamente e/o via mail per inviare il nostro progetto aziendale.

Infine con i contatti che si sono dimostrati interessati è stato fissato un incontro (o in fiere di settore internazionali, o in sede della nostra/loro azienda).

Luogo e data

Alunova Srl

Casaleone, 04/01/2022

SPESA AMMESSA

€ 12.000,00

CONTRIBUTO CONCESSO

€ 4.800,00