

1. Estratègia internacional

- 1.1 Punts clau
- 1.2 Pla d'estratègia internacional
- 1.3 Procés d'exportació de productes
- 1.4 Vies d'accés a nous mercats
- 1.5 Recerca de clients potencials
- 1.6 Promoció internacional
- 1.7 *Checklist* de l'exportador

1.1 Punts clau

L'**estratègia internacional** té com a objectiu ajudar l'empresa a assolir un avantatge competitiu, tot ampliant la seva presència al mercat internacional. S'utilitza per cercar nous mercats i per augmentar el nombre de clients i de vendes.

El primer pas és redactar el **pla estratègic**, on es defineixen l'objectiu i els recursos que s'utilitzaran. Això suposa conèixer les possibilitats del nostre producte i els interessos dels clients potencials, però també realitzar tots els passos que comportarà el **procés d'exportació**.

Caldrà que concreteu la **via d'accés al mercat estranger** que concorda amb els vostres propòsits i possibilitats, ja sigui l'exportació directa o l'exportació indirecta, o bé l'aliança amb altres exportadors o amb receptors de la mercaderia o el servei. Comptar amb una bona **base de dades de clients potencials** permet obtenir resultats més immediats i valorar noves possibilitats. Finalment, tenir un coneixement exhaustiu de la cultura del mercat de destinació facilitarà la vostra **promoció internacional**.

Cal conèixer l'impacte que tindrà el vostre missatge, tant el discurs textual com el de la imatge, i adaptar-lo, si és el cas.



Claus de l'èxit:



Determinar la singularitat del vostre producte i els clients a qui pot interessar.



Preveure totes les fases del procés d'exportació.



Triar molt bé els col·laboradors al país de destinació.



Comptar amb una àmplia base de dades de clients potencials.

Recomanacions:

- Recorreu a les institucions que us poden orientar i ajudar.
- És tan important comptar amb una estratègia de promoció *online* com *offline* a la destinació.
- Abans d'establir una aliança, informeu-vos molt bé de l'altra empresa.
- ACCIÓ us pot ser de gran ajut per formar la base de dades de clients potencials.
- Recorreu a traductors locals, tant pel que fa als textos com a les imatges.

1.2 Pla d'estratègia internacional

Un pla d'estratègia internacional és un document l'objectiu del qual és definir les accions i les activitats destinades a expandir l'empresa als mercats exteriors en un temps determinat.



La planificació, la diferenciació i la innovació són factors clau en la internacionalització.

Components del pla d'estratègia internacional

- 1 DAFO: anàlisi de l'empresa i del sector
- 2 Proposta de valor
- 3 Priorització de mercats potencials
- 4 Canal de distribució a la destinació
- 5 Preu objectiu a la destinació
- 6 Estratègia de màrqueting i promoció a la destinació
- 7 Recursos humans i financers
- 8 Calendari previst d'actuacions



Cal tenir present:

- ✓ Preneu-vos el temps necessari per recollir informació rellevant sobre la demanda del vostre producte, el tipus de consumidor final, la competència, les lleis d'importació locals, els costums, els requisits i altres factors importants al mercat objectiu.



Ampliar la informació:

- ✓ Si sou una empresa que s'inicia a l'exportació, podeu redactar un pla estratègic a partir dels Cupons a la internacionalització. Consulteu el capítol 13.2.
- ✓ Institucions com les cambres de comerç, les patronals, les associacions o les consultories us poden ajudar a redactar el pla internacional.

1.3 Procés d'exportació de productes

Abans de començar a exportar, és important conèixer els diferents àmbits del procés exportador: els procediments reguladors i duaners a la destinació, la fiscalitat, la logística, la contractació internacional, els mètodes de pagament i la gestió de la cartera de clients internacionals.

Pas a pas de l'operativa d'exportació:



Cal tenir present:

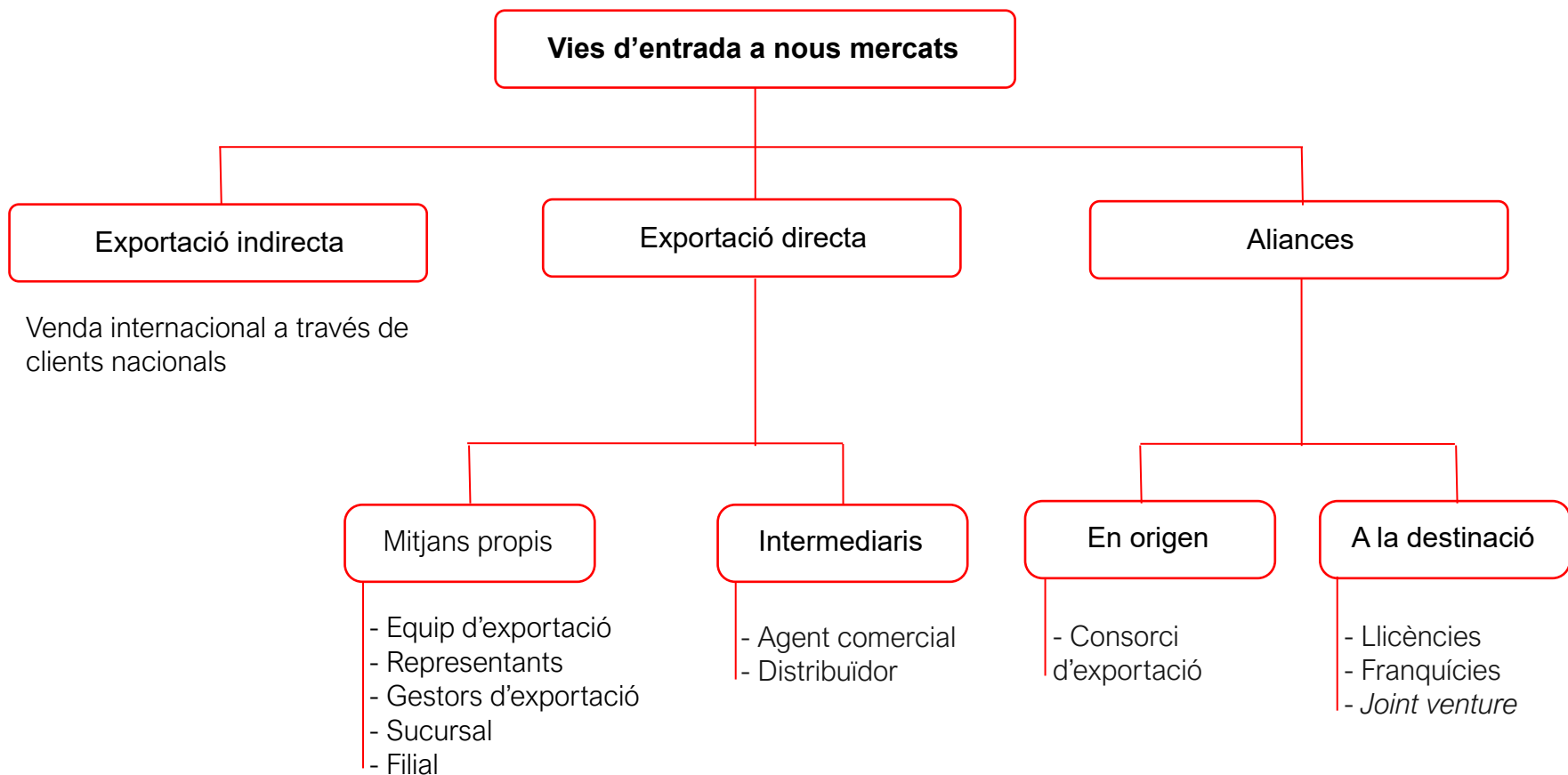
- ✓ És essencial disposar d'un equip amb coneixements sobre el procés exportador. En cas contrari, és recomanable demanar suport.
- ✓ Heu de conèixer a la perfecció les fortaleses i les febleses del vostre producte per saber quin potencial d'èxit té al país de destinació.
- ✓ Heu de conèixer els aspectes legals i reguladors vigents al país de destinació, per avaluar tots els requisits (aranzelaris, certificacions, permisos, etc.) necessaris per a l'exportació.



Ampliar la informació:

- ✓ ACCIÓ posa a la vostra disposició consultors especialitzats en internacionalització de forma gratuïta. Consulteu el [capítol 13.4](#).

1.4 Vies d'accés a nous mercats



Cal tenir present:

- ✓ Planifiqueu acuradament les vostres aliances i presteu molta atenció a la qualificació dels agents, distribuïdors o socis amb qui voleu treballar.



Ampliar la informació:

- ✓ Per realitzar una inversió directa a l'estranger, consulteu el [capítol 12](#).
- ✓ Les oficines exteriors d'ACCIÓ us poden ajudar a identificar la millor via per accedir al mercat de destinació. Consulteu el [capítol 13.5](#).

1.5 Recerca de clients potencials

Crear una base de dades de clients internacionals és un actiu essencial per entrar a un nou mercat. Aquí teniu diverses vies per crear-ne una:

MÈTODES ONLINE

-  Web/bloc
-  Directoris empresarials
-  Marketplaces B2B
-  Catalonia Trade Portal
-  Xarxes socials

MÈTODES OFFLINE

-  Fires internacionals
-  Missions empresarials a la destinació
-  Oficines d'ACCIÓ a l'exterior
-  Agents per a la internacionalització
-  Associacions empresarials
-  Cambres de comerç
-  Consultores especialitzades



Cal tenir present:

- ✓ Les bases de dades de clients potencials les podeu elaborar a la vostra pròpia empresa o les podeu aconseguir per mitjà d'empreses independents.
- ✓ L'objectiu principal d'una bona base de dades és poder emmagatzemar informació rellevant i de fàcil seguiment.



Ampliar la informació:

- ✓ El [Catalonia Trade Portal](#) permet descarregar llistats d'importadors.
- ✓ Les oficines d'ACCIÓ us poden ajudar a identificar clients potencials en els mercats de destinació i a posar-vos en contacte amb ells. Consulteu el [capítol 13.5](#).
- ✓ El servei Meet the Buyer d'ACCIÓ us ofereix la possibilitat de reunir-vos amb clients potencials de diferents sectors. Consulteu el [capítol 13.7](#).

1.6 Promoció internacional

Claus de l'estratègia de promoció internacional:

- ✓ Comprendre la cultura del mercat de destinació.
- ✓ Identificar els segments del nou mercat.
- ✓ Definir el client potencial.
- ✓ Identificar l'avantatge competitiu diferenciador.
- ✓ Comunicar el missatge de manera assertiva i adaptat al mercat.
- ✓ Desenvolupar un pla d'actuacions *online* i *offline*.
- ✓ Assignar recursos humans, interns o externs, dedicats permanentment a la promoció.



Per fer conèixer un producte o servei, és essencial invertir en comunicació i promoció, tant en els mitjans digitals com en els *offline*.

Promoció digital

- ✓ Web/bloc
- ✓ Màrqueting per correu electrònic
- ✓ Plataformes B2B
- ✓ Xarxes socials
- ✓ Màrqueting d'afiliació
- ✓ Posicionament SEO
- ✓ Publicitat *online*

Promoció *offline*

- ✓ Material publicitari
- ✓ Campanya telefònica
- ✓ Relacions públiques
- ✓ Creació d'esdeveniments
- ✓ Participació en fires
- ✓ Visites personals
- ✓ Premsa
- ✓ Publicitat física



Cal tenir present:

- ✓ Abans de fer una compra, els clients investiguen a internet. Per això, és important disposar d'una imatge definida, coherent i positiva als cercadors del mercat de la destinació.
- ✓ Convé que el vostre material promocional estigui traduït a l'idioma del país. Recorreu a traductors locals per garantir l'eficàcia intercultural, tant si es tracta de textos com d'imatges.



Ampliar la informació:

- ✓ Consulteu el [capítol 13.8](#) per a la promoció internacional a través dels canals *online* amb el programa International e-Trade d'ACCIÓ.



1.7 Checklist de l'exportador

12

- Avaluar si l'empresa està preparada per exportar.
- Redactar un pla estratègic internacional.
- Definir l'estratègia de promoció *online* i *offline*.
- Identificar clients potencials i revisar-ne la solvència.
- Informar-se de les barreres d'entrada existents a la destinació.
- Identificar si la UE té un acord comercial amb el país on cal exportar.
- Comprovar els drets preferencials a partir de les normes d'origen.
- Investigar els impostos i els drets addicionals al mercat de la destinació.
- Identificar els requisits tècnics i les certificacions a la destinació.
- Comprovar les normes d'envasament i d'etiquetatge al mercat.
- Obtener l'EORI per realitzar les exportacions o importacions.
- Definir l'incoterm més adient segons l'operació.
- Protegir la propietat industrial a la destinació.
- Assessorar-se a l'hora de signar el contracte internacional.
- Treballar amb un bon operador logístic.
- Considerar una assegurança d'exportació.
- Complir amb les obligacions fiscals i duaneres.
- Disposar de la documentació i els registres actualitzats.
- Treballar amb un mitjà de pagament segur.