



ASSOLOMBARDA

La figura del Digital Export Manager: chi è, cosa fa, come cambia il suo ruolo. Le nuove competenze in gioco

Lunedì, 26 ottobre 2020

www.assolombarda.it
www.genioeimpresa.it





ITWILL[®]
Feel the Italian Lifestyle

La figura del Digital Export Manager: *Le nuove competenze in gioco*

Milano, 26 ottobre 2020

Domenico Gulli

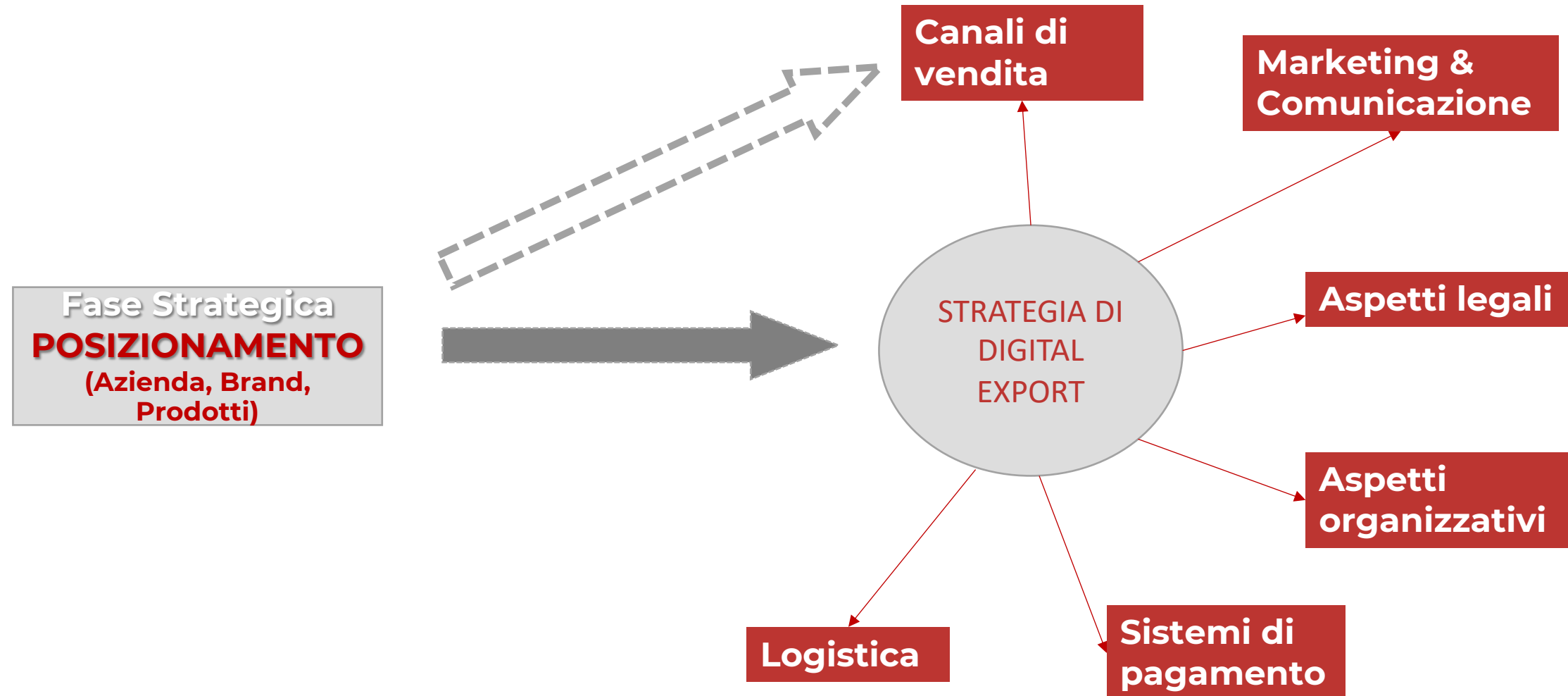
CEO

domenico@itwill.it

Insieme Parleremo di..

- Chi è e cosa fa il Digital Export Manager
- Come si sta evolvendo rispetto al modello tradizionale di Export Manager

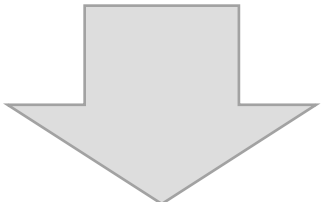
I 7 pilastri della strategia di Digital Export



Il Posizionamento



Il digital export non può essere improvvisato.
Non si deve commettere l'errore di replicare passivamente
l'esperienza dell'export tradizionale



Risulta fondamentale agire prima in
relazione al posizionamento della
propria azienda/prodotti e poi alla
tipologia di cliente/mercato

Analisi del contesto in cui
si opera: su quali mercati
operare? Come
approcciarli? Chi è il
cliente? Quali sono i miei
elementi di unicità?

Valutazione dei canali di
vendita per intercettare il
target: Quali piattaforme
utilizzare? Con quali azioni
di marketing supportarli?

**Ruolo del Digital Export
Manager: parte dal
posizionamento
dell'azienda e definisce
la nuova strategia di
posizionamento sul
mercato specifico in cui
deve operare**

L'ecosistema dei Canali di vendita

Retailer (rivenditori)

online distribuiscono direttamente i beni ai clienti finali. Possono essere retailer italiani che vendono all'estero, oppure rivenditori stranieri che operano nel paese di destinazione o in un paese terzo

Marketplace

solitamente aggregano un'offerta molto frammentata (generalisti). Non hanno rischio di invenduto poiché non acquistano la proprietà della merce. Esistono anche marketplace specializzati in una o più categorie di prodotti

Siti di vendite private

propongono un'offerta di produttori/brand noti, promuovendoli per una brevissima durata e a prezzi fortemente convenienti. Non hanno rischi di invenduto, poiché acquistano i prodotti sulla base degli ordini dei clienti

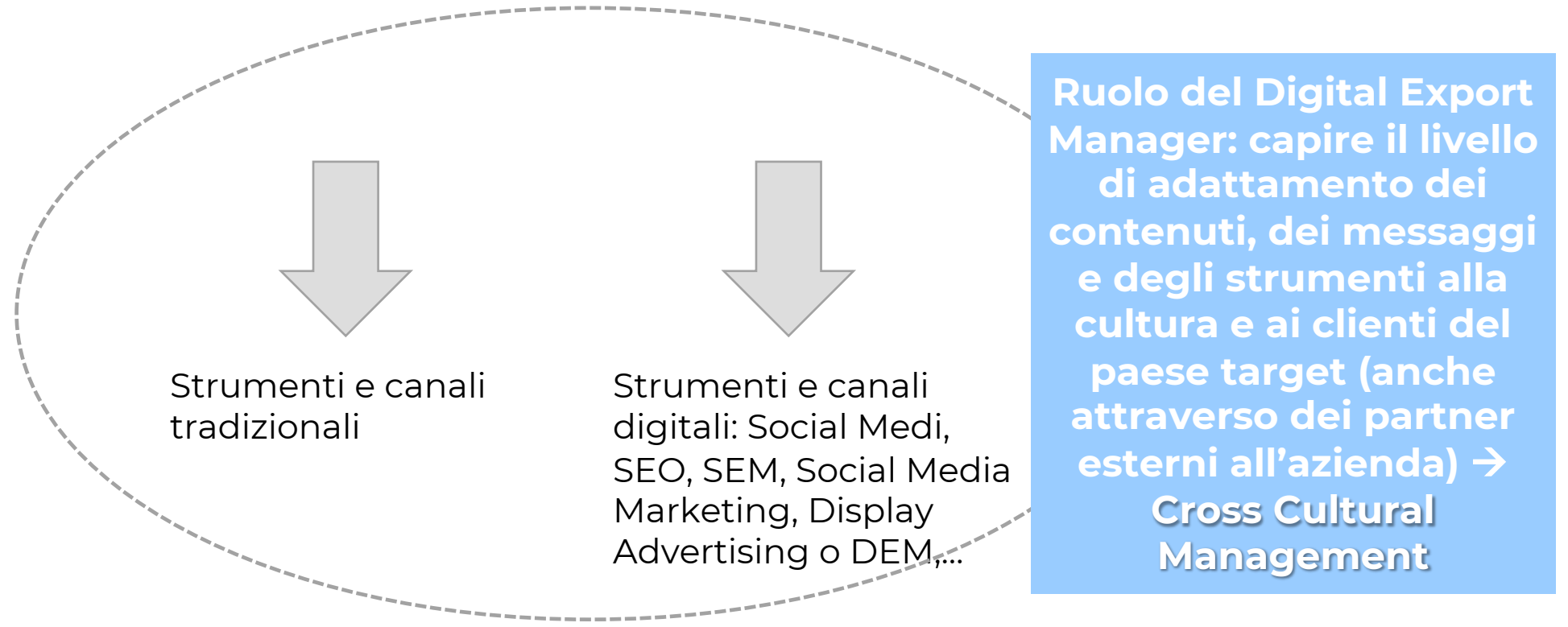
Siti E-commerce dell'azienda produttrice

che vende i propri prodotti all'estero tramite il proprio sito

Ruolo del Digital Export Manager: deve conoscere il mercato di riferimento, i concorrenti e i prodotti e capire quali sono i canali più adatti da presidiare

La scelta del canale di vendita va sempre fatta in relazione al posizionamento dell'azienda e del prodotto. Essere presenti su un canale solo perché è noto o di moda, non assicura in alcun modo la possibilità di sviluppare business

Marketing & Comunicazione

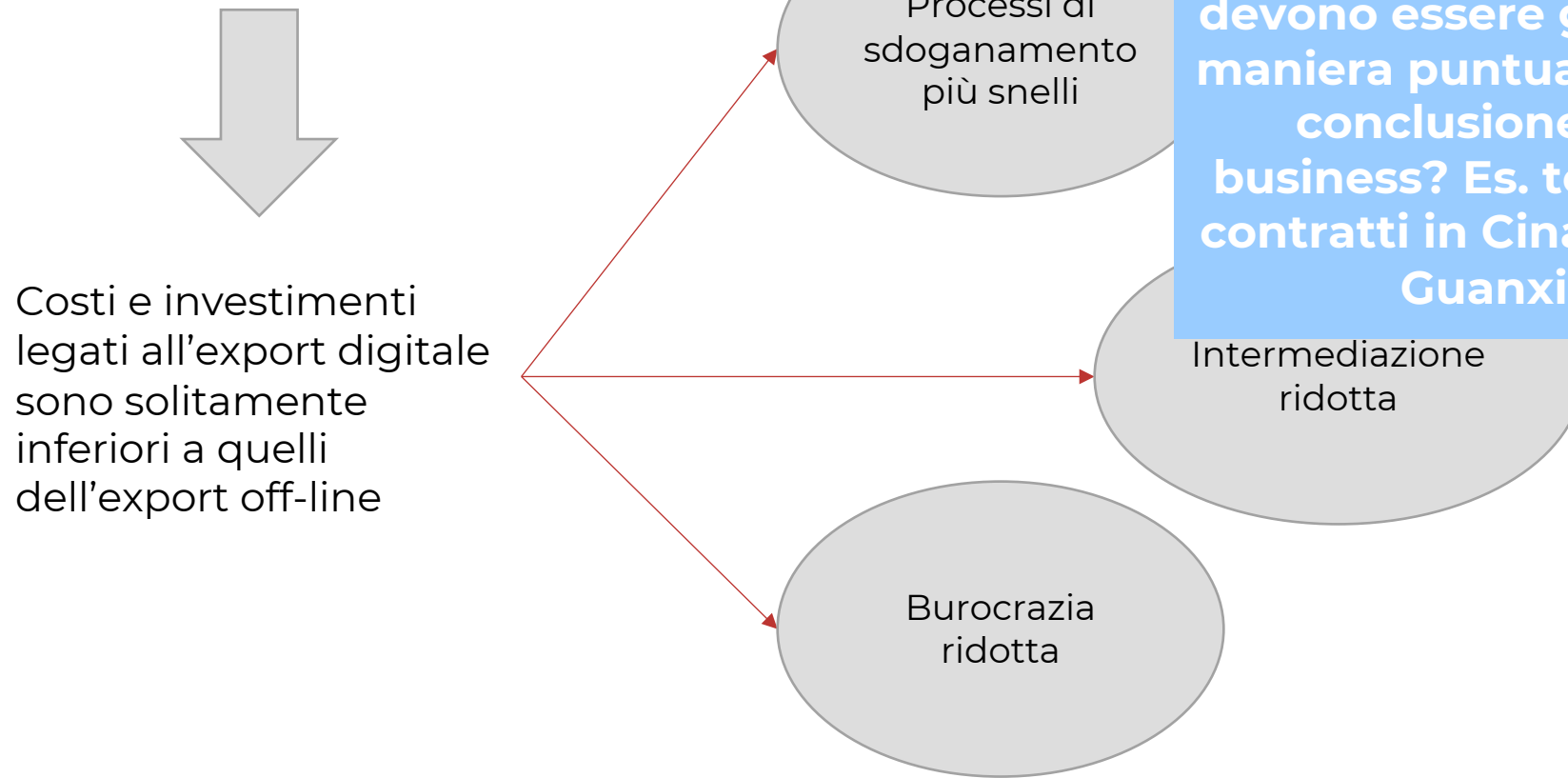


Sviluppare campagne di marketing-comunicazione in un mercato estero è molto complicato: è fondamentale la comprensione di temi e contenuti adatti ai «gusti» e alla cultura di ciascun paese e la scelta dei corretti strumenti

A photograph of two men in business suits shaking hands in a modern office hallway. The man on the left is wearing a dark blue suit, and the man on the right is wearing a grey suit. They are both carrying briefcases. The background shows a large window with a view of a city and other people walking in the distance. A red horizontal bar is overlaid on the image, containing the text.

L'importanza del Cross Cultural Management nell'approccio ai mercati esteri

Aspetti legali



Modalità di accesso al mercato, presenza di barriere all'entrata, contrattualistica, tutela del brand e, in generale, la regolamentazione vigente. Ciascuna fase del processo di export digitale ha una serie di aspetti da tenere ben in considerazione

Aspetti organizzativi

Ruolo del Digital Export Manager: sapersi interfacciare ai più livelli, dal CEO/Imprenditore, al marketing, passando per sales e logistica...



Le **dimensionali aziendali** non rappresentano un fattore significativo che inibisce la propensione all'export digitale



Le imprese che hanno figure con specifiche **competenze** digitali e di internazionalizzazione hanno una propensione maggiore al digital export

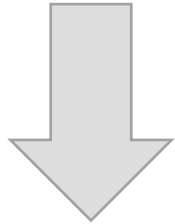


Sono fondamentali le capacità di **scelta e coordinamento dei partner** che operano sui mercati esteri in particolare quelli distanti culturalmente e geograficamente

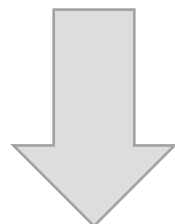
Elevato livello di capacità organizzative e di coordinamento del management, competenze individuali distintive e, in alcuni casi, definizione di percorsi ad hoc

Logistica

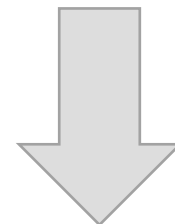
Ruolo del Digital Export Manager: quali sono le opportunità di ingresso migliori in un paese? Il digitale le semplifica?



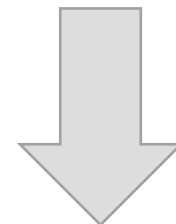
Uno o più magazzini nel paese di destinazione. Una volta che si riceve l'ordine la consegna avviene direttamente dal magazzino locale, riducendo i tempi di attesa



Uno o più centri di smistamento nel paese di destinazione, il cosiddetto «Transit Point», in cui i prodotti rimangono per pochi giorni nella struttura, per consentire l'assemblaggio dell'ordine



Esternalizzazione: si fa affidamento su un corriere o su operatori terzi

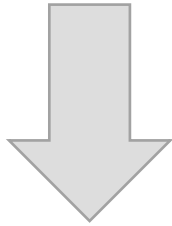


Cross-Border: spedizione internazionale sfruttando zone franche direttamente dalle aziende

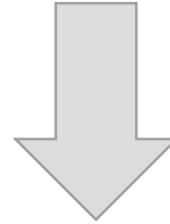
I canali logistici: fanno riferimento alle soluzioni attraverso le quali vengono distribuiti fisicamente i prodotti in un mercato di destinazione

Sistemi di pagamento

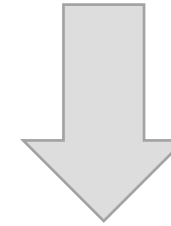
Ruolo del Digital Export Manager: quali sono i sistemi di pagamenti più utilizzati nel b2b e nel b2c? Come cambiano con il digitale?



Considerare il livello di diffusione dello strumento di pagamento nel mercato di riferimento



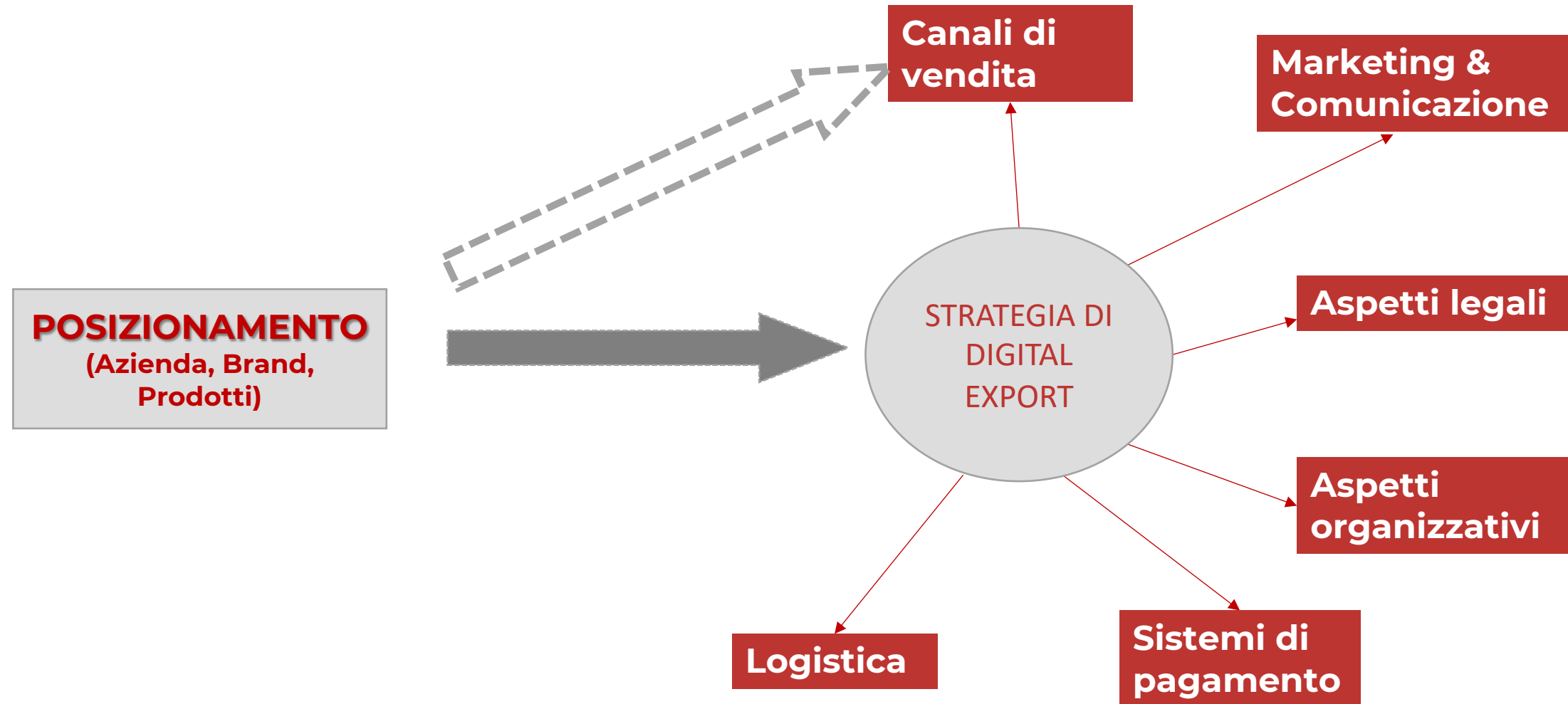
Valutare l'integrazione dei vari metodi di pagamento con le proprie piattaforme di gestione delle vendite



Considerare i costi associati ad ogni mezzo di pagamento, sia in termini di oneri aggiuntivi sia in termini di affidabilità percepita dal cliente finale

Valutare modalità che rispettino le abitudini dei consumatori del paese di destinazione; il rischio aumenta se si approcciano realtà economicamente geograficamente o culturalmente distanti

I 7 pilastri della strategia di Digital Export



L'azienda dunque deve dotarsi di figura uniche e complementari che sappiano gestire tali ambiti di responsabilità.

Chi è il Digital Export Manager

È un Export Manager che deve possedere competenze digital?

È un Digital Manager con esperienze sui mercati esteri?

È un ibrido, con competenze trasversali, sia sul Digital che sull'internazionalizzazione?



Chi è il Digital Export Manager

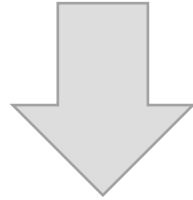


Lo possiamo definire come la risorsa che apre all'azienda nuove opportunità commerciali attraverso l'utilizzo mirato degli strumenti digitali e una strategia aziendale mirata



Affianca il **personale aziendale** nella definizione di tutta la **strategia di Export Digitale**, nella sua messa in opera e nella fase di controllo e sviluppo

Deve presiedere le seguenti aree relative ai canali digitali



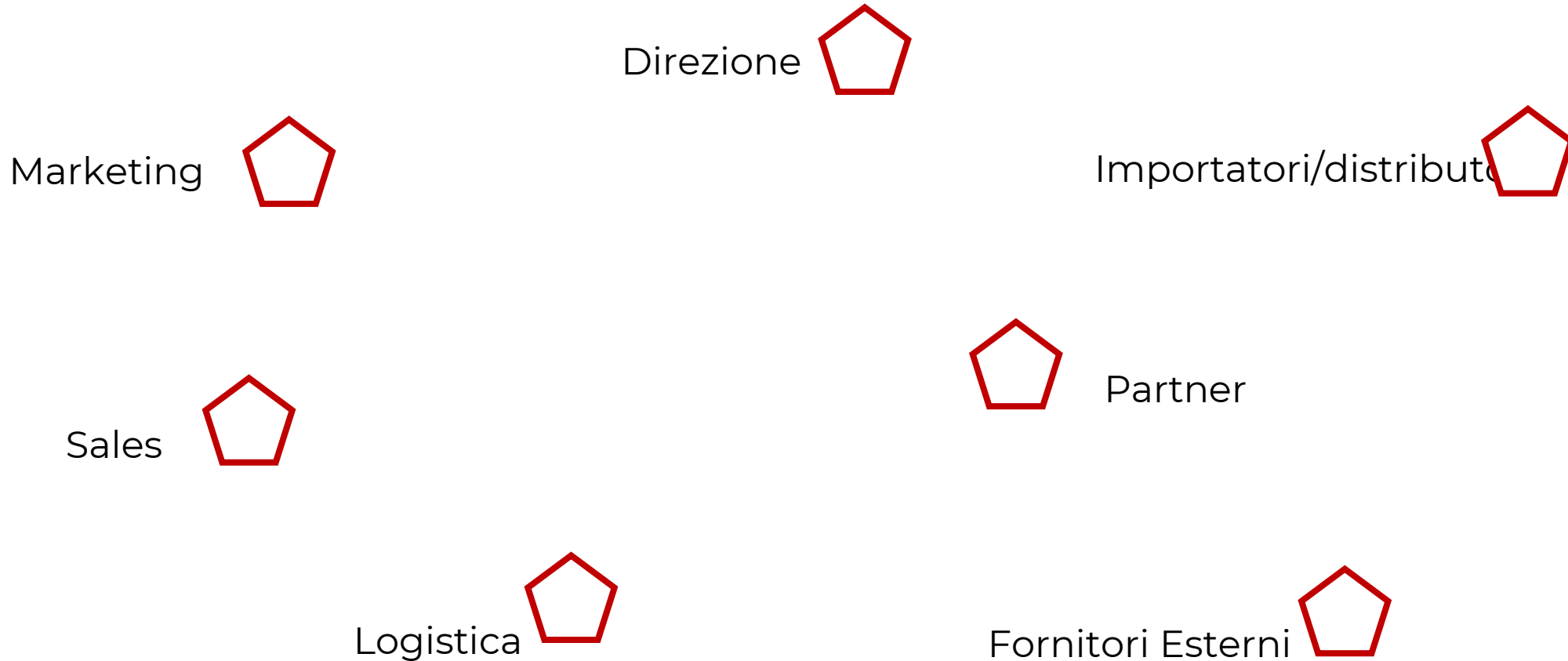
- Utilizzo degli strumenti digitali per generare e monitorare le opportunità di business e i contatti
- Capacità di profilazione per individuare buyer esteri qualificati
- Conoscenza di strategie di lead generation e social selling
- Utilizzo degli strumenti di web marketing
- Gestione piattaforme e-commerce ed eventuale presenza sui marketplace

L'Export Manager



- Individua i mercati interessanti attraverso un'accurata analisi del mercato globale (mercato-prodotto-concorrenza)
- Accompagna la direzione generale nella valutazione delle opportunità per la realizzazione della strategia di export
- Pianifica la strategia di mercato e di canale
- Negozia le condizioni di fornitura e vendita
- Presidia le fiere di settore e gli eventi di settore (missioni, visite all'estero e in Italia, attività di comunicazione e relazioni pubbliche offline)
- Ricerca, seleziona e monitora i contatti con i distributori/importatori e buyer dei paesi in cui opera

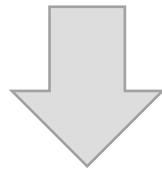
Sono numerose le figure con cui il Digital Export Manager si deve interfacciare all'interno e all'esterno dell'azienda



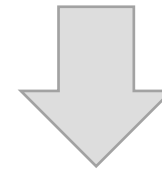
Make or Buy?



Non è scontato che le imprese abbiano già risorse che possano assumere tale ruolo, in particolar modo le PMI



Outsourcing:
richiedendo il supporto
di professionisti o
aziende di consulenza
per integrare
temporaneamente la
funzione



Si **assume** una nuova
risorsa, o si forma una
già esistente in azienda

Make or Buy? Pro e Contro

Esternalizzazione dell'attività



- Costo variabile e dimensionato
- Competenze e know-how di livello
- Rischi ridotti (se attività legata ad obiettivi specifici)
- Utilizzo efficiente delle risorse
- Possibilità di utilizzo di risorse a tempo per far crescere quelle interne
- Velocità



- Necessità di controllo
- Se non programmato, non si fanno crescere le risorse interne
- Mancato sviluppo competenze interne

Formazione di una nuova risorsa



- Ottimizzazione dei costi di gestione
- Controllo totale
- Migliore redditività dell'investimento
- Creare sinergie e nuove figure professionali



- Costi incerti
- Tempi di implementazione lunghi
- Possibile visione a breve/medio termine

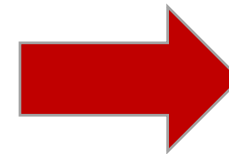
Trend del Digital Export Manager con il Covid



Una delle poche certezze che ci ha lasciato questa prima fase della pandemia è il ruolo sempre più importante che ricopriranno le tecnologie digitali nel mondo del business che verrà.



Ciò è valido in particolar modo per l'export: se prima elementi come fiere, eventi, incontri e relazioni aiutavano le imprese del Made in Italy a far percepire e a far toccar con mano la qualità del prodotto; ora si deve puntare sui canali digitali e su nuove forme di collaboration



Sempre più aziende si dovranno dotare del Digital Export Manager, per creare una strategia di export digitale ed accedere a mercati che sono ancora bloccati

粗花呢短款外套

PINKO 春夏新风尚

直播节 直播中 去参与

新风尚到手价

限量即赠PINKO香薰礼盒

¥3100

活动价 3800 - 双券同享 130 - 跨店满减 570 1/5

88VIP 下单再享9.5折

新风尚价

¥3800 新风尚券后¥3100

距优惠结束 51:36:39

跨店每200减30 服饰券 满300减30

¥15 现金红包 限平台实物商品使用

TMALL_ 今日观看 206.93万 | 上海

关注

淘宝直播 ID:1183913

精品栏目 > 1名 帮TA冲榜

大咖看秀

官方预告

点上时装周

点我领券

PINKO

Y***划 正在去买

新粉1 小67874742 大牌范儿

新粉1 米朵儿1237 好看

新粉1 tb4993132 好看我喜欢

新粉1 宝宝2848 喜欢了

TMALL_ 今日观看 206.98万 | 上海

关注

淘宝直播 ID:1183913

精品栏目 > 1名 帮TA冲榜

大咖看秀

官方预告

点上时装周

点我领券

t***3 正在去买

新粉1 甜心8292 pick好几件了

新粉1 yuyuhh_9999 太棒了

新粉1 捣蛋轩轩123 好看

新粉1 tb8223272_88 高端大气上档次

新粉1 tb4993132 给力

Shanghai Fashion Week: la prima fiera completamente digitale (11 milioni di visite)

“

**Il miglior modo di prevedere il futuro
è inventarlo.**

A. Lincoln

”



GRAZIE

ITWILL[®]
Feel the Italian Lifestyle

CONTATTI

Domenico Gulli
E| domenico@itwill.it
M| +39.393.4361607

www.itwill.it
hello@itwill.it

La nostra mission



Contribuire allo sviluppo delle eccellenze del Made in Italy attraverso la diffusione dell'Italian Lifestyle puntando ad un miglior posizionamento dei brand italiani in Cina.

- Business Development e internazionalizzazione
- Digital Export
- Strategia e Marketing
- Formazione