

# METODO S4





# IL METODO S4

Ecomexport è una struttura che sostiene e supporta le PMI nel loro processo di internazionalizzazione, per creare un collegamento diretto e soprattutto sicuro di atterraggio sul proprio mercato estero.

Le fasi necessarie a questo processo seguono un **metodo** preciso, un sistema articolato in **4 macro step**, che crea un percorso obbligato in cui il punto di arrivo è il proprio mercato ideale. Start up, Strategia, Statistiche e Struttura sono le fasi da seguire per generare questo percorso, il cosiddetto **“ciclo di traffico del cliente (CTC)”**, che si **autoalimenta** nel corso del tempo e che converte autonomamente il proprio mercato potenziale, in un mercato consapevole, reale e remunerativo.



1

### **STARTUP**

Partire da una valutazione iniziale dell'azienda

2

### **STRATEGIA**

Analizzare il mercato di partenza e di arrivo grazie anche al supporto di esperti presenti in loco

3

### **STATISTICHE**

Servirsi di strumenti accreditati per supportare e monitorare il lavoro strategico



4

### **STRUTTURA**

Ottenere la IWR e generare il CTC per realizzare un meccanismo autogenerativo di vendita del prodotto, orientato al cliente.



Nell'ottica di ottenere questo risultato Ecomexport si pone come obiettivo la creazione di una **IWR (international Web Reputation)** dinamica ed efficace, e calibra le coordinate per raggiungere l'obiettivo di una progressiva crescita aziendale a livello globale.



# START UP

In questa fase iniziale è importante analizzare la dotazione di base dell'azienda: tutto il materiale commerciale e quello prodotto per il marketing, devono essere valutati nell'ottica di un possibile miglioramento volto alla creazione di un'efficace International Web Reputation. Lo step successivo è quello del sopralluogo da parte di un nostro consulente, utile per determinare la capacità produttiva dell'azienda e poter pianificare un programma di attività mirato a garantire un numero minimo di ordini, che sia adatto alle potenzialità iniziali dell'azienda.

**Consulenti  
esperti  
e partner  
nei mercati  
esteri**





## Parla la lingua del tuo mercato



Conoscere bene il proprio mercato, quello di partenza e quello di arrivo è fondamentale; per questo vengono realizzate continue ricerche, in modo da creare e implementare costantemente un **ampio database di informazioni**, diviso per i molti settori e mercati in cui è possibile operare. Consulenti ed esperti presenti direttamente all'estero forniscono informazioni aggiornate sulle diverse e particolari evoluzioni dei vari mercati di approdo, in modo da avere sempre un occhio attento e aggiornato sui vari prodotti e mercati.

# STRATEGIA



---

## Creare lo schema del CTC

---



Le ricerche di mercato e le informazioni di settore raccolte permettono di iniziare a definire lo scheletro della struttura personalizzata per le aziende; la fase di strategia si pone

come obiettivo quello di analizzare i clienti potenziali e **creare un bacino di pubblico** da trattare adeguatamente, seguendo un iter funzionale per gli obiettivi preposti.





# Posizionamento internazionale

---

Si lavora sui cosiddetti **Touching Points (TP)** dei potenziali clienti e ci si orienta sulla spinta da uno stato di **inconsapevolezza** ad uno di piena **consapevolezza**, per arrivare all'automazione dell'azione.

Si struttura quello che sarà il ciclo di traffico del cliente, sfruttando strumenti strategici come il *link building*, il *Reverse Engineering* dell'algoritmo di Google e un'impostazione **SEO**, orientata ad un efficace **posizionamento internazionale**.

# STATISTICHE



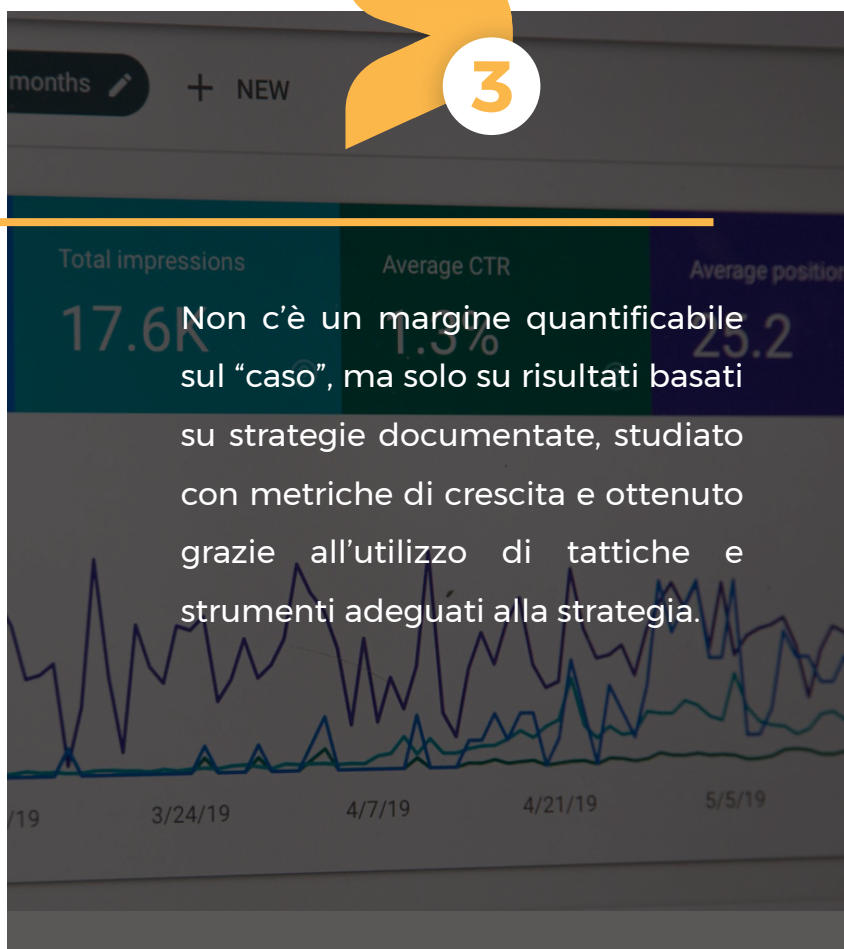
PROGETTAZIONE



VALUTAZIONE



CALIBRATURA



Sfruttare il web in modo strategico significa avere il controllo del proprio mercato e del traffico generato; per fare questo è necessario disporre di tutti gli strumenti utili al monitoraggio delle operazioni svolte (ad esempio analisi KPI).

## IL METODO ECOMEXPORT:

- Acquisire contatti immediati
- Comprendere il mercato
- Conquistare l'obiettivo
- Crescere in maniera continuativa

È importante, per quantificare un risultato concreto, comprendere fase per fase come ricalibrare al meglio la direzione intrapresa; lo scopo è produrre un risultato sempre più

performante, nell'ottica di costruire attorno alle aziende una struttura che sia di sostegno, ma che le renda autonome nell'acquisizione e nella gestione dei clienti esteri.

## UN PARTNER CONCRETO E AFFIDABILE

An orange square containing a black-bordered square with the text "0%" inside.

### **Casualità**

non si fanno tentativi,  
ma test controllati

An orange square containing a black-bordered square with the text "50%" inside.

### **Analisi**

conoscere i punti di partenza  
e di arrivo e i risultati intermedi  
permette di ottenere risultati  
reali

An orange square containing a black-bordered square with the text "100%" inside.

### **Problem Solving**

l'affiancamento è previsto in tutte  
le fasi del percorso, garantendo  
un'assistenza altamente qualificata

An orange square containing a black-bordered square with the text "100%" inside.

### **Orientamento al cliente**

non si punta direttamente al  
prodotto, ma sul bisogno che  
il mercato ha dell'azienda

# STRUTTURA

il programma elaborato seguendo il metodo Ecomexport porta quindi alla creazione di una struttura perfettamente funzionante e autorigenerante che segue queste fasi schematiche:



## Check iniziale dell'azienda e analisi del mercato di partenza e arrivo (estero)



01

## Da mercato inconsapevole a mercato consapevole

Analisi del pubblico e creazione del proprio bacino d'utenza



03

## Definizione del bacino d'utenza nel mercato estero

attraverso consulenti ed esperti presenti sui mercati di sbocco per "tradurre in lingua" l'offerta iniziale dell'azienda

02

## Presentazione dell'azienda come soluzione accessibile per il bisogno latente

iniziare a creare l'International Web Reputation e ad operare con il posizionamento internazionale attraverso gli strumenti del Digital Export Marketing (SEO, SEM, Reverse Engineering, Link Building)



05



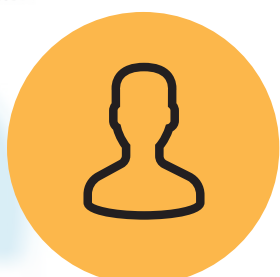
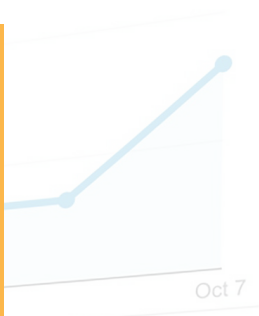
## Elaborazione di un piano per definire l'IWR e strutturare un CTC efficace

lavorare sul bisogno latente di ogni macrocategoria di pubblico

**CONTENUTI**  
**+ PERCORSO GUIDATO**  
**+ CONVERSIONE**  
**= VENDITA DEL PRODOTTO**

**ma con un approccio**  
**“CLIENTE ORIENTED”**

Si genera così il Ciclo di Traffico del Cliente, un sistema automatico di generazione contatti (partner commerciali esteri) grazie ad un **metodo** quantificabile, misurabile e calibrato sulle necessità dell'azienda.



**Si continuano a lavorare i “clienti caldi” (neo consapevoli)**

e contemporaneamente si continuano a sollecitare i TP della restante parte del bacino di utenza



**CONTENUTI DI VALORE**

Si lavora costantemente sui cosiddetti **Touching Points** del bacino d'utenza, con contenuti di valore specifici per ogni fase di conoscenza, per trasportare parti del pubblico inconsapevole in pubblico consapevole

**Lead e Assist sono naturalmente portati a compiere l'azione prefissata e nel frattempo un'ulteriore parte del bacino d'utenza è arrivato al punto 6 e progredirà automaticamente fino a qui**



06

07

08

09

10

**Analisi dei risultati ottenuti**

**Il metodo**

ha ora trasformato parte dei clienti caldi in:

**01**

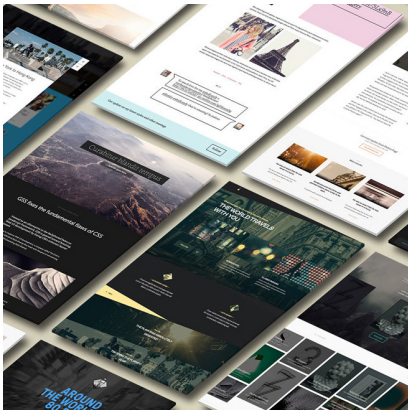
contatti utili (lead)

**02**

contatti quasi pronti per essere convertiti (assist)

# CASE STUDY

L'obiettivo strategico dell'azienda era quello di approdare in un mercato estero dove sfruttare appieno l'eleganza di un design ricercato per un complemento d'arredo.



## STEP 1: START UP

Analisi:

- L'azienda di partenza non aveva un logo adatto ad una IWR efficace
- Il sito web era poco performante a livello SEO
- La presenza online dell'azienda era poco efficace anche a livello locale



## STEP 2: STRATEGIA

- Studio del mercato e delle maggiori possibilità di sbocco del prodotto in questione all'estero
- Individuazione del mercato di riferimento e contatto diretto con consulenti presenti sul mercato di riferimento
- Analisi del cliente tipo e del suo bisogno latente



### **GROSSISTA PER GRANDI MAGAZZINI**

**bisogno latente:** rapporto qualità prezzo



### **SHOP ONLINE DI PRODOTTI DI DESIGN MADE IN ITALY**

**bisogno latente:** design accattivante e unicità del pezzo



### **ACQUIRENTE DIRETTO**

**bisogno latente:** lo status derivante dal prodotto made in Italy

- Schematizzazione e settorializzazione del bacino di utenza
- Definizione di 3 siti di **link building** calibrati sulle macro categorie del bacino di utenza:

**1** *Sito che analizza costantemente gli ultimi trend in tema di illuminotecnica in Italia facendo un confronto tra valore che avrebbe in Italia e quello che invece viene proposto come esportazione*

**2** *Sito specializzato nelle ultime tecniche di lavorazione dei materiali per illuminotecnica e focus su quella utilizzata dal cliente, esaltandola come "di prima qualità"*

**3** *Sito vetrina riviste luxury design, in cui la lampada viene inserita direttamente in copertina, come il non plus ultra del made in Italy*

- correzione e modifiche del materiale iniziale in base alle necessità del mercato di partenza e di arrivo
- elaborazione dei **contenuti di valore** per ogni categoria di pubblico
- creazione contenuti che possano attirare l'attenzione di ciascuna delle macro categorie del bacino di utenza, strutturandoli in base ai diversi livelli di consapevolezza



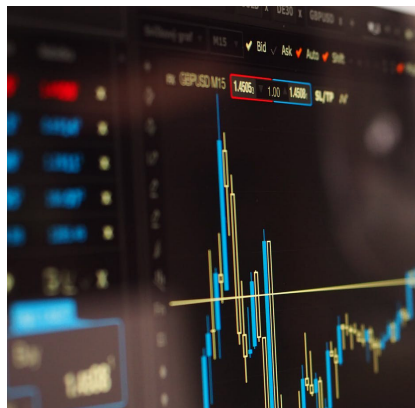
# PUBBLICO

**inconsapevole:** Il made in Italy è il più richiesto nella GDO del nostro paese

**consapevole del problema:** La qualità ha un costo, perché il made in Italy viene valutato così nel nostro paese

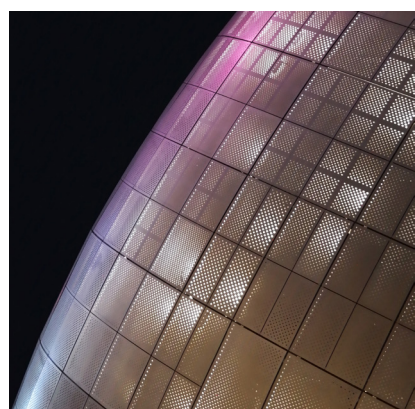
**consapevole delle varie soluzioni:** come mantenere i costi contenuti proponendo prodotti di qualità? Il made in Italy può essere una soluzione

**consapevoli della soluzione offerta dall'azienda:** L'azienda "Illuminol" di Cremona offre un rapporto qualità prezzo invidiabile sui suoi prodotti, ed esiste la possibilità di agevolazioni fiscali dovuti al materiale utilizzato per il prodotto "Nypa".



### **STEP 3: STATS**

Si analizza il lavoro finora svolto, quindi si corregge il tiro laddove sia necessario e ci si focalizza maggiormente sulla parte di pubblico più ricettiva ai contenuti di valore.

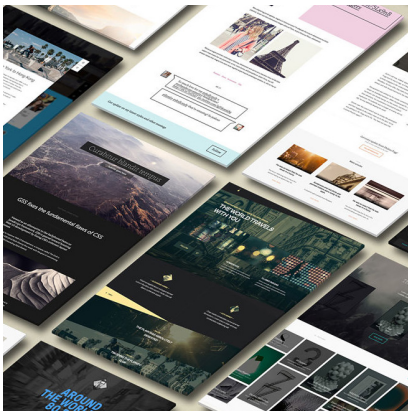


### **STEP 4: STRUTTURA**

Il pubblico 1 ed il pubblico 3 hanno stretto rapporti commerciali con l'azienda dopo tre mesi di lavoro, mentre il pubblico 2 si è convertito più lentamente nel tempo; il pubblico 4 si è convertito dopo poche settimane.

# PRODOTTI TIPICI

L'obiettivo strategico dell'azienda, con sede in Puglia, era quello di trovare dei partner commerciali e dei committenti sul mercato polacco per la vendita di prodotti tipici.



## STEP 1: START UP

Analisi:

- L'azienda di partenza non aveva logo, Company profile, o un' immagine coordinata
- Assenza di un sito web
- La presenza online dell'azienda era nulla e a livello locale lavorava per passaparola, ma con ottimi risultati.



## STEP 2: STRATEGIA

- Studio del mercato e delle maggiori possibilità di sbocco del prodotto in questione all'estero, con focus sulla percezione del prodotto sul mercato polacco
- Contatto diretto con consulenti presenti sul mercato di riferimento
- Analisi del cliente tipo e del suo bisogno latente



### **GROSSISTA PER SUPERMERCATI DI FASCIA MEDIO/ALTA**

**bisogno latente :** esclusività del prodotto



### **SHOP ONLINE DI PRODOTTI TIPICI ITALIANI**

**bisogno latente:** l'Italia della porta accanto



### **ECOMMERCE BOX REGALO PER AZIENDE**

**bisogno latente:** luxury perception con attenzione al budget

- Schematizzazione e settorializzazione del bacino di utenza
- Definizione di 3 siti di **link building** calibrati sulle macro categorie del bacino di utenza:

**1** *Sito che raccoglie la percezione nei diversi mercati del prodotto made in Italy con focus sulle diverse regioni per prodotto (quali sono le regioni che hanno maggiore appeal e i prodotti che hanno più valore agli occhi del consumatore straniero)*

**2** *Sito specializzato sull'utilizzo di varie categorie di prodotti per realizzare piatti tipici italiani, facili e veloci o per adattare il prodotto italiano alle ricette tipiche locali.*

**3** *Sito per tecnici del settore in cui si evidenzia il rapporto qualità prezzo dell'acquisto di un bundling di prodotti tipici italiani e in particolare pugliesi, per dare un'immagine di qualità risparmiando sui costi*

- correzione e modifiche del materiale iniziale in base alle necessità del mercato di partenza e di arrivo;
- elaborazione dei **contenuti di valore** per ogni categoria di pubblico;
- creazione contenuti che possano attirare l'attenzione di ciascuna delle macro categorie del bacino di utenza, strutturandoli in base ai diversi livelli di consapevolezza:

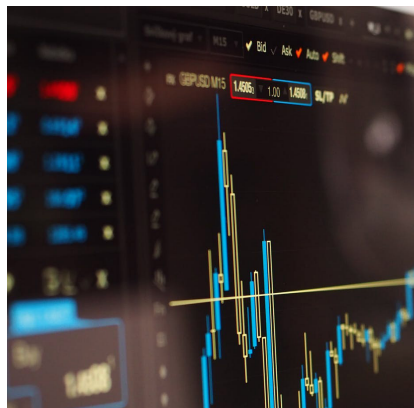


**inconsapevole:** Il food italiano è sinonimo di qualità e il più richiesto dai nuovi ricchi dai principali territori in espansione;

**consapevole del problema:** perchè l'italian food è percepito come esclusivo e qual è lo status che ne deriva;

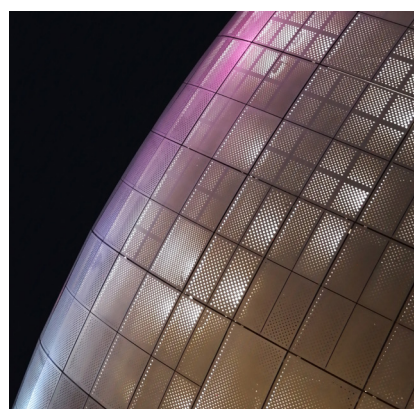
**consapevole delle varie soluzioni:** tra le tante regioni italiane che esportano prodotti percepiti come di alta fascia, la regione Puglia è quella più favorita all'estero per qualità del prodotto e percezione dell'utente finale;

**consapevoli della soluzione offerta dall'azienda:** l'esportazione del prodotto tipico pugliese è indice qualità ed esclusività, grazie alle caratteristiche climatiche del territorio e all'utilizzo di specifiche tecniche di produzione, che prendono spunto dalle antiche tradizioni.



### **STEP 3: STATS**

Si analizza il lavoro finora svolto, quindi si corregge il tiro laddove sia necessario e ci si focalizza maggiormente sulla parte di pubblico più ricettiva ai contenuti di valore



### **STEP 4: STRUTTURA**

Il pubblico 1 ed il pubblico 2 hanno stretto rapporti commerciali con l'azienda dopo 5 mesi di lavoro, mentre il pubblico 4 si è convertito più lentamente nel tempo; questo richiede una correzione nella strategia.

Il pubblico 3 si è convertito dopo 4 settimane.



---

P. IVA / C.F. 06918050722 | [office@ecomexport.com](mailto:office@ecomexport.com) | T. 800.824.315

**ecomexport.com**