



**Q** CITTÀ DI  
UARRATA

**Dialoghi sulle Imprese**  
Villa Medicea La Magia

# **Percorsi di internazionalizzazione**

## *Le PMI nell'approccio ai mercati esteri*



A cura di  
*Patrizia Elisabetta Benelli*  
*Temporary export manager- Counselor aziendale*  
*(formazione ascolto psicoanalitico)*

*Per CONFARTIGIANATO-PISTOIA*

REGIONE  
TOSCANA



Camera di Commercio  
Pistoia



ORDINE DEI DOTTORI COMMERCIALISTI  
E DEGLI ESPERTI CONTABILI DI PISTOIA



TOSCANA  
CENTRO



CONFINDUSTRIA TOSCANA NORD  
Lucca Pistoia Prato





Il cammino non esiste...  
il cammino si fa andando!





# Internazionalizzazione oggi.

## 1. Transizione d'epoca

L'epoca delle grandi certezze, delle ideologie, dello sviluppo lineare, della fede illuministica nel progresso è terminata. Il suo posto è stato preso da una nuova epoca all'insegna della complessità, dell'incertezza, del dubbio sistematico, del relativismo.





## 2. La conoscenza come fattore di produzione



Il mutamento epocale nei modi di produzione e l'irrompere di nuove tecnologie trasformano l'impresa in flessibile, nuovi modelli organizzativi plasmano l'impresa a rete, la cultura della fabbrica diviene marginale, la co-opetition (cooperation + competition) una nuova prassi, la conoscenza diviene il principale fattore di produzione. Il cliente non si accontenta più di un prodotto, ma vuol acquistare quello che rappresenta.





### 3. La società post moderna è l'espressione culturale della economia post industriale



(Società postindustriale, caratterizzata dall'avvento dell'elettronica, dell'informatica, della telematica e di una tecnologia sempre più avanzata)

- La società industriale ormai è tramontata da tempo, ma la cultura e i comportamenti di impresa non sono ancora completamente post-industriali, ovvero preparata al continuo cambiamento e all'imprevedibilità.





## 4. Una nuova centralità del consumo



- **La centralità del consumo sostituisce** la centralità della produzione che caratterizzava l'epoca che stiamo lasciando alle spalle. Un consumo che alla sua dimensione economica affianca valenze sociali, semiotiche, antropologiche. Le merci si dissolvono nei valori intangibili e di comunicazione delle marche.





## 5. Dall'individualismo alla nuova socialità



- **L'individualismo dominante**, al contrario delle previsioni più pessimistiche, sembra generare invece nuove ed impreviste forme di socialità. Diverse da quelle tradizionali ma estremamente vitali. Cementate da emozioni, sentimenti, passioni. Sono le nuove comunità, le tribù, i social network che trovano sovente proprio in una marca o in una pratica di consumo il fattore collante intorno a cui aggregarsi.





## 6. Dalla transazione alla relazione



Il consumatore **acquisisce un potere**, una discrezionalità, una forza contrattuale sconosciuta in passato, fedeltà e passività non trovano più riscontro concreto.

Questo impone all'impresa il passaggio da una logica della transazione a quella della relazione.





## 7. La dimensione sociale del marketing



- Nei prodotti/servizi da promuovere, la dimensione segnica, di attribuzione di senso, di significato e significativa è sempre più importante. I consumattori sono individui, attori sociali con cui il Marketing deve dialogare, interessandosi anche delle conseguenze sociali dei prodotti che mette in circolo, delle nuove responsabilità sociali ed etiche della marca/impresa. I mercati divengono conversazioni dove lo scambio è di segni, linguaggi, relazioni in un dialogo tra pari.





## 8. Dal marketing al societing

- **Societing** quindi. Perché il marketing deve realizzare un incontro proficuo con la società, instaurando con questa un rapporto che sia anche di servizio, rispettoso, tendenzialmente simmetrico. Non esistono ricette miracolose per fare evolvere il marketing verso il societing: bensì una profonda rivisitazione delle sue frontiere alla luce dei nuovi scenari di una società postmoderna e delle nuove responsabilità sociali da cui non può astenersi dal confrontarsi.





CITTÀ DI  
CARRARA

Dialoghi sulle Imprese  
Villa Medicea La Magia

# Il marketing come lo conoscevamo è



REGIONE  
TOSCANA



Camera di Commercio  
Pistoia



ORDINE DEI DOTTORI COMMERCIALISTI  
E DEGLI ESPERTI CONTABILI DI PISTOIA



TOSCANA  
CENTRO



Confartigianato  
IMPRESE PISTOIA



CONFINDUSTRIA TOSCANA NORD  
Lucca Pistoia Prato



CONFINDUSTRIA  
TOSCANA NORD  
PROVINCIE DI PISTOIA E PRATO





**Q** CITTÀ DI  
UARRATA

**Dialoghi sulle Imprese**  
Villa Medicea La Magia



CONOSCERE  
CONDIVIDERE  
DECIDERE



REGIONE  
TOSCANA



Camera di Commercio  
Pistoia



ORDINE DEI DOTTORI COMMERCIALISTI  
E DEGLI ESPERTI CONTABILI DI PISTOIA



TOSCANA  
CENTRO



Confartigianato  
IMPRESE PISTOIA



CONFINDUSTRIA TOSCANA NORD  
Lucca Pistoia Prato



CONFCOMMERCIO  
ESPOSIZIONE 2015 L'ITALIA  
PROVINCE DI PISTOIA E PRATO





## Corporate storytelling

Essere e fare impresa oggi  
è tutta **un'altra storia.**

Tra l'essere e il fare c'è di mezzo  
il narrare! **E tu che storia  
sei???**





## 9. Evviva! Ho fatto molti errori



- E' arrivato il momento di **“sottrarre”**: semplificare anziché complicare, alleggerire anziché appesantire, selezionare anziché aggiungere. L'analisi deve partire dagli errori, dallo scarto: l'obiettivo, nella vita come nel marketing, dovrebbe essere fare MEGLIO, non di più. **E tornare a divertirsi come quando non sapevi cos'era, un obiettivo.**
- La figura del **counselor aziendale** può aiutarti.





### VOCABOLARIO:



**SEO** /Search Engine Optimization: con il termine -ottimizzazione per i motori di ricerca - si intendono, nel linguaggio di internet, tutte quelle attività volte a migliorare la visibilità di un sito web sui motori di ricerca al fine di migliorare il posizionamento nelle SERP/Search Engine Results Page

**INTERNET PR/** Public Relation: dialogo tra l'azienda ed i consumatori

**QR Code/** abbreviazione di Quick Response Code un codice a barre bidimensionale (o codice 2D)[2], ossia a matrice, composto da moduli neri disposti all'interno di uno schema di forma quadrata. Viene impiegato per memorizzare informazioni destinate a essere lette tramite un cellulare o uno smartphone. In un solo crittogramma possono essere contenuti fino a 7.089 caratteri numerici o 4.296 alfanumerici. Genericamente il formato matriciale è di 29x29 quadratini e contiene 48 alfanumerici. Serve per contenere tutte le informazioni che vogliamo che vengano decifrate.

**Corporate blog, o blog aziendali/** rappresentano oggi uno strumento utilissimo ed efficace per comunicare la presenza online della nostra azienda

**DEM/L'E-mail marketing** è un tipo di marketing diretto che usa la posta elettronica come mezzo per comunicare messaggi, commerciali e non, al pubblico. In senso lato, qualunque e-mail inviata a un cliente (o cliente potenziale), può essere considerata un'azione di e-mail marketing.





**Q** CITTÀ DI  
UARRATA

**Dialoghi sulle Imprese**  
Villa Medicea La Magia

Grazie per l'attenzione!



E' UN PROGETTO

**CONFARTIGIANATO PISTOIA**

**Patrizia Elisabetta Benelli**

Temporary export manager

Counselor formazione ascolto psicoanalitico

REGIONE  
TOSCANA



Camera di Commercio  
Pistoia



ORDINE DEI DOTTORI COMMERCIALISTI  
E DEGLI ESPERTI CONTABILI DI PISTOIA



TOSCANA  
CENTRO



CONFINDUSTRIA TOSCANA NORD  
Lucca Pistoia Prato



CONFCOMMERCIO  
ESPOSIZIONE PER L'ITALIA  
PROVINCE DI PISTOIA E PRATO

