

				Master		LC+BIP.EMP
				Export Management Plus		
Rev.	00	del	21.05.16			

1. Denominazione del progetto

Export Management Plus

2. Tipologia del progetto

Realizzazione di un corso di formazione e di un incubatore d'impresa virtuale ove saranno "incubate" le imprese manifatturiere e dei servizi interessate alla stesura di un piano export da parte dei partecipanti al corso.

3. Destinatari

Il progetto si rivolge ai seguenti soggetti:

- **studenti di scuola secondaria di secondo grado, preferibilmente ad indirizzo economico, scientifico e tecnico;**
- **diplomati scuola secondaria di secondo grado, preferibilmente ad indirizzo economico, scientifico e tecnico;**
- **studenti che frequentano corsi universitari preferibilmente in discipline economico-giuridiche e tecniche**
- **laureati preferibilmente in discipline economico-giuridiche e tecniche;**
- **imprenditori;**
- **management delle aziende;**
- **professionisti del settore economico-aziendale, giuridico e tecnico;**
- **agenti di commercio, procacciatori di affari, broker e mediatori.**

4. Obiettivi dell'intervento

- Incrementare le conoscenze in materia di marketing, problematiche economico-finanziarie, doganali e fiscali, propedeutiche all'esercizio dell'attività di export manager nell'ambito di aziende manifatturiere e di servizio.
- Diffondere la cultura dell'export nell'ambito delle imprese manifatturiere e dei servizi.

5. Aree di intervento formativo

- marketing ed export marketing management
- problematiche doganali (cenni)
- elementi sull'imposta sul valore aggiunto (cenni)
- trasporti e logistica (cenni)

				Master		LC+BIP.EMP
				Export Management Plus		
Rev.	00	del	21.05.16			

- elementi di controllo direzionale
- elementi di finanza aziendale

6. Modello utilizzato: il sistema 3ds+

Il sistema o schema 3ds+ è un **modello** di marketing ed export marketing management che permette di condurre le azioni aziendali riferibili al mercato e destinate alla commercializzazione di prodotti e servizi in modo ordinato, efficiente e redditizio.

Modello strategico.

Permette di analizzare i risvolti economici delle diverse alternative di marketing mix (product, price, place, promotion) considerate dall'azienda, allo scopo di facilitare la scelta della combinazione ottimale.

Modello organizzativo.

Prevede l'insieme delle attività da realizzare, dei soggetti coinvolti (forza vendite indiretta quali agenti, procuratori, mediatori e broker) e delle modalità che saranno utilizzate per coordinare i contributi di questi soggetti al fine di vendere un prodotto e/o un servizio.

In particolare, il modello organizzativo adottato prevede uno sviluppo autoctono e virale della forza vendite indiretta che prende le mosse dai modelli di *network marketing*, si tratta pertanto di *un sistema di vendita di prodotti e servizi basato su una rete di venditori ognuno dei quali ha la possibilità di creare, a sua volta, una propria rete di vendite* ma non oltre il terzo livello: director, manager e agent.

Modello documentale.

Le scelte di marketing sono dettagliate nei documenti su cui si baserà tutta la politica commerciale

dell'azienda:

- informazioni tecniche del prodotto e/o del servizio;
- imballaggio primario, secondario e terziario;
- trasporti e logistica, tempi di consegna;
- clienti del mercato obiettivo, listino prezzi, tabella sconti, termini di pagamento;
- tabella delle provvigioni nel caso di ricorso alla forza vendite indiretta.

Mentre il modello organizzativo e strategico diventano fondamentali nella implementazione delle relazioni commerciali, l'approccio documentale è indispensabile per favorire una adeguata conduzione della trattativa.

Il modello organizzativo, strategico e documentale hanno bisogno, a loro volta, di un modello matematico che ne assicuri lo sviluppo economico e quindi numerico.

Modello matematico.

Lo schema 3ds+ è un modello economico di vendita basato su una serie di elaborazioni e di concetti puramente matematici:

- calcolo di prezzi diversificati in relazione alle scelte di trade marketing (tecniche di marketing indirizzate al distributore);
- calcolo delle commissioni lorde e nette in presenza di forza vendita indiretta (agenti, procuratori, broker e mediatori);
- lo sviluppo autoctono e virale della forza vendite indiretta è pianificabile secondo la

				Master		LC+BIP.EMP
				Export Management Plus		
Rev.	00	del	21.05.16			


sequenza di Fibonacci, facilitando il calcolo delle previsioni di ricavo.

7. Metodologia utilizzata

Il corso di formazione ha un'impostazione tecnico-pratica, che prevede l'analisi di alcuni casi aziendali (case histories aziendali), numerose esercitazioni pratiche e il coinvolgimenti degli attori chiave di un piano export (imprese e banche in primis).

La metodologia utilizzata è quella della formazione d'aula (formazione frontale e, a scelta della Scuola o dell'Università e se ritenuta necessaria, a distanza in video-conference live).

Le competenze dei partecipanti che desiderano partecipare alla stesura di un piano export in favore delle imprese aderenti al progetto, saranno "accelerate" all'interno di un **incubatore d'impresa virtuale** costruito a latere del progetto formativo.

				Master		LC+BIP.EMP
				Export Management Plus		
Rev.	00	del	21.05.16			

8. Contenuti e articolazione dell'intervento (Moduli 1,2,3,4,5,6,7,8)

MODULO 1. LA GESTIONE DELL'EXPORT E GLI ELEMENTI DEL MARKETING MIX	Durata
---	---------------

	Master			LC+BIP.EMP
	Export Management Plus			Pag. 7 di 12
Rev.	00	del	21.05.16	

Problematiche doganali	2
L'IVA negli scambi internazionali.	2
Totale durata Modulo 2	4

MODULO 3 EXPORT RISK MANAGEMENT	Durata
Analisi di alcune delle maggiori tipologie di rischio connesse al commercio internazionale: <ul style="list-style-type: none"> - rischio d'impresa; - rischio economico; - rischio di sospensione o di revoca della commessa e rischio di mancato ritiro della merce; - rischio di escussione arbitraria delle garanzie; - rischio di variazione dei costi di produzione; - rischio monetario e rischio di cambio; - rischio finanziario e rischio di tasso; - rischio di credito. 	2
Totale durata modulo 3	2

MODULO 4. TRASPORTO, IMBALLAGGIO ED ETICHETTATURA DELLE MERCI	Durata
La criticità dei servizi di trasporto e logistica: pianificazione e gestione.	1
La funzione dell'imballaggio e dell'etichettatura.	1
Totale durata modulo 4	2

MODULO 5. POLITICA COMMERCIALE	Durata
La politica commerciale quale documento che sintetizza in termini operativi tutte le scelte perfezionate dall'azienda in relazione agli elementi del marketing mix: come stilarlo e le sue implicazioni contrattuali.	2
Case histories aziendali	
Totale durata modulo 5	2

MODULO 6. PIANO ORGANIZZATIVO E PIANO DEGLI INVESTIMENTI	Durata

	Master			LC+BIP.EMP
	Export Management Plus			Pag. 8 di 12
Rev.	00	del	21.05.16	

<p>Analisi del trade-off tra le scelte strategiche di marketing e la struttura organizzativa dell'azienda.</p> <p>Stima del programma di investimento necessario per sostenere il processo di internazionalizzazione dell'azienda.</p> <p>Case histories aziendali</p>	2
Totale durata modulo 6[^]	2

MODULO 7. PIANO FINANZIARIO	Durata
<p>Elementi di finanza aziendale:</p> <ul style="list-style-type: none"> - classificazione degli investimenti - classificazione dei finanziamenti - le regole per il finanziamento degli investimenti: <ul style="list-style-type: none"> a) il capitale circolante netto; b) il margine di tesoreria. <p>La copertura finanziaria del programma di investimento necessario per sostenere il processo di internazionalizzazione dell'impresa: le voci di investimento più diffuse e le fonti di finanziamento più idonei.</p> <p>E' prevista la partecipazione di un esponente del sistema bancario per esporre le tipologie di finanziamento bancario presenti sul mercato finanziario nazionale</p> <p>Durante il meeting di presentazione e inaugurazione del corso, saranno consegnati ai partecipanti alcuni casi aziendali di imprese manifatturiere albanesi che potranno essere sviluppati dagli stessi partecipanti nella forma di un export plan.</p> <p>Alla fine della 7[^] lezione i partecipanti dovranno consegnare i piani export predisposti nell'ambito dell'incubatore d'impresa .</p>	4
Totale durata modulo 7[^]	4

MODULO 8. L'EXPORT PLAN	Durata
------------------------------------	---------------

	Master			LC+BIP.EMP
	Export Management Plus			Pag. 9 di 12
Rev.	00	del	21.05.16	

<p>I contenuti e l'articolazione di un EXPORT PLAN (ANALISI DEI I CASI AZIENDALI SVILUPPATI DAI PARTECIPANTI CHE DOVRANNO TENERE CONTO DEI PUNTI DI CUI SOTTO):</p> <p>1. Introduzione a. Breve storia dell'azienda, Mission e Vision b. Le ragioni dell'internazionalizzazione</p> <p>2. Obiettivi a. Obiettivi strategici aziendali b. Obiettivi di mercato dell'internazionalizzazione c. Obiettivi strategici di breve e medio termine dell'internazionalizzazione</p> <p>3. Prodotti e servizi a. Descrizione dei prodotti e dei servizi dell'azienda b. Analisi dei punti di forza e di debolezza in ottica export</p> <p>4. Selezione dei paesi a. Criteri utilizzati per la valutazione dell'attrattività dei mercati esteri b. Selezione del paese o dei paesi obiettivo</p> <p>5. Analisi dei paesi a. Fattori infrastrutturali legati al settore di attività dell'impresa b. Contesto politico, economico e culturale c. Percentuale di mercato occupata dalle importazioni d. Barriere tariffarie e non tariffarie e. Tendenze e prospettive di sviluppo</p> <p>6. Analisi dei mercati a. Segmentazione del mercato b. Criteri di scelta del mercato e fattori di successo competitivo c. Valutazione dei potenziali di mercato d. Principali concorrenti</p> <p>7. Strategie e modalità di ingresso sul mercato a. Identificazione dei segmenti obiettivo b. Analisi competitiva sui segmenti scelti c. Individuazione della modalità di presenza d. Individuazione di possibili partner locali e. Posizionamento dei prodotti e dei servizi ed eventuale adattamento alle esigenze dei mercati esteri f. Strategie di prezzo g. Definizione delle condizioni di vendita e di pagamento h. Strategia di comunicazione i. Strategia di distribuzione j. Strategie di sviluppo della forza vendita k. Descrizione degli intermediari</p> <p>8. Articolazione dell'assetto organizzativo a. Determinazione e coinvolgimento della proprietà e del management b. Esperienze e conoscenza aziendali in tema di esportazione c. Rapporti tra l'esportazione e le altre attività dell'impresa d. Definizione dello staff export e. Questioni riguardanti il mercato del lavoro</p> <p>9. Pianificazione temporale a. Definizione dei tempi di accesso per ogni mercato b. Redazione di un piano d'azione trimestrale per le aree geografiche prioritarie c. Redazione di un Master plan che comprenda tutte le attività del piano</p> <p>10. Strategie di difesa dai rischi a. Rischi legati al mercato b. Rischi di credito e di cambio c. Rischi politici</p> <p>11. Pianificazione economico-finanziaria a. Previsione dei ricavi a 3 – 5 anni b. Determinazione dei costi di avvio dell'iniziativa c. Determinazione dei costi a 3 – 5 anni d. Individuazione delle fonti di finanziamento e. Prospetti economici a 3 – 5 anni f. Prospetti finanziari a 3 – 5 anni g. Budget dettagliato dei ricavi e dei costi per il primo anno</p>	Totale durata modulo 8[^]	4
---	---	----------

	Master			LC+BIP.EMP
	Export Management Plus			Pag. 10 di 12
Rev.	00	del	21.05.16	

9 Durata del progetto in mesi

1 mese circa

10. Data di avvio prevista

Da definire (V. Calendario)

11. Data di conclusione

Da definire (V. Calendario)


12. Totale ore di formazione previste nel progetto

8 incontri formativi di 4 ore per un totale di 32 ore + 12 ore esercitazione pratica (tutoraggio per la redazione dell'export plan, 3 incontri di 4 ore) per un totale di 44 ore

13. Se previste collaborazioni con Enti, Atenei e istituti di ricerca specificare tipo di collaborazione, ruolo di singoli partner coinvolti e modalità attuative.

L'evento formative è realizzato grazie alla partnership con le scuole superiori di secondo grado e le università che si occuperanno di quanto segue:

- a) Promozione dell'iniziativa presso gli studenti e i diplomati/laureati. La scuola/università promuoverà l'evento anche nel mondo dell'imprenditoria e delle professioni economico-aziendali, secondo il piano promozionale pianificato di comune accordo;
- b) Selezione dei docenti, sulla base delle tematiche trattate nel corso;
- c) Raccolta delle adesioni dei partecipanti.
- d) Individuazione delle aziende interessate alla stesura del piano export;
- e) Disponibilità dei locali ove espletare le attività formative e le altre attività connesse al master (meeting di presentazione, incubatore d'impresa, tutoraggio dei partecipanti, incontri con le imprese interessate all'iniziativa).

				Master		LC+BIP.EMP
				Export Management Plus		
Rev.	00	del	21.05.16			

14. Se previste collaborazioni con imprese, specificare tipo di collaborazione, ruolo di singoli partner coinvolti e modalità attuative.

Si prevede inoltre il coinvolgimento di imprese locali e non, interessate allo sviluppo di un piano export.

Le stesse dovranno produrre le informazioni necessarie per l'elaborazione del documento.

Alla fine della prima lezione, saranno consegnati ai partecipanti le predette informazioni (V. allegato informazioni di base) che potranno essere sviluppati dagli stessi partecipanti nella forma di un export plan.

Il piano dovrà essere consegnato alla fine della 7^a lezione. Durante l'ultima lezione (8^a), saranno esaminati i punti salienti dei lavori più significativi selezionati a cura dei docenti.

15. Specificare tipo di collaborazione offerta al partner

- a) Progettazione dell'intervento;
- b) Direzione;
- c) Selezione delle aziende interessate alla stesura del piano export;
- d) Tutoraggio dei partecipanti interessati alla stesura del piano export in favore delle imprese aderenti al progetto;
- e) Partecipazione ad eventuali incontri tra i partecipanti e le imprese interessate, per facilitare la raccolta delle informazioni necessarie per l'elaborazione per piano export.
- f) Svolgimento delle lezioni di competenza da parte di un consulente incaricato, secondo il calendario concordato con l'Università per un numero di ore pari a 16.
- g) L'ammontare delle ore dedicate dal consulente designato dal soggetto promotore, relativamente ai servizi di cui al punto d) ed e), è pari ad almeno 12 ore.

16. Sede/i di svolgimento

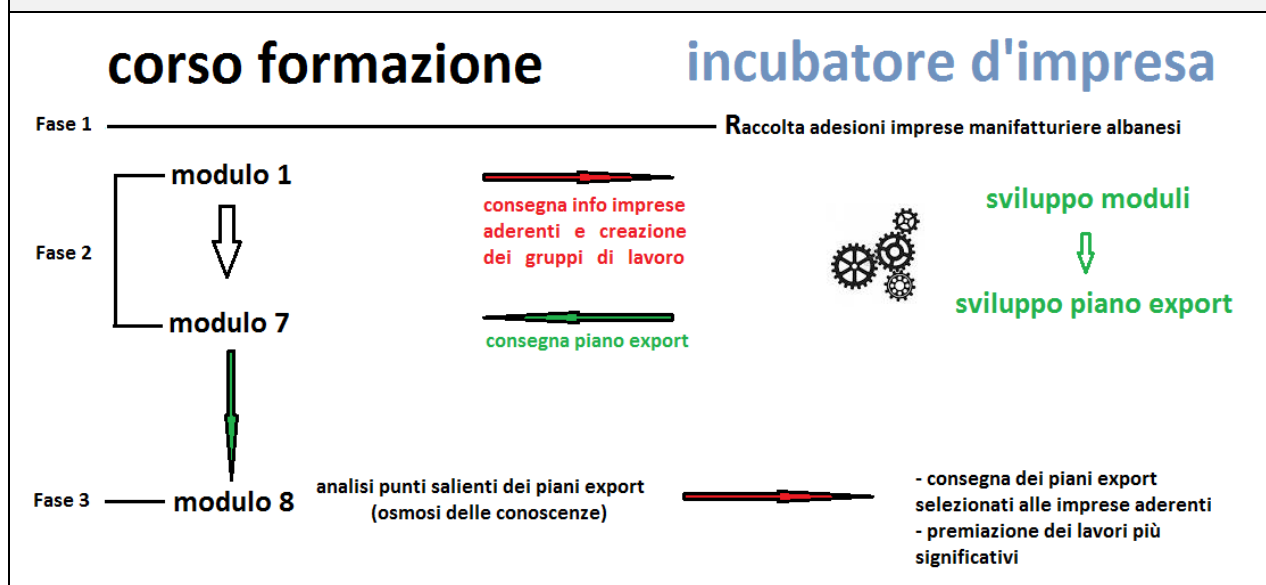
Presso la sede della scuola/università

17. Attestato

La scuola/l'università alla fine del corso, a coloro che hanno partecipato all'attività formativa programmata, rilascerà il relativo attestato di partecipazione.

	Master			LC+BIP.EMP
	Export Management Plus			Pag. 12 di 12
Rev.	00	del	21.05.16	

18. Rappresentazione grafica del progetto



19. Copertura finanziaria

- pagamento del corso a carico dei partecipanti.


Altre fonti di copertura:

- sponsor.

20. Numero di partecipanti

N° minimo persone per attivazione corso	25
N° massimo persone	50

21. Strumenti didattici


				Master		LC+BIP.EMP
				Export Management Plus		
Rev.	00	del	21.05.16			

Ai corsisti verranno consegnati i seguenti supporti didattici:

- Slide;
- il libretto informativo: “Il Sistema 3DSPLUS” di Nicolò Castello;
- E-book: Export management, un metodo pratico/3dsplus di Nicolò Castello;
- Check-up aziendale sul marketing;

Durante il Master sarà utilizzato il Software 3dsplus B.

23. Docente

				Master		LC+BIP.EMP
				Export Management Plus		
Rev.	00	del	21.05.16			

Nicolò Castello. Laureato in Economia et Commercio è iscritto all’Albo dei Dottori Commercialisti e al Registro dei Revisori Contabili.

Inizia la sua attività professionale nella seconda metà degli anni 90’, occupandosi di contabilità generale, bilanci, societario ed operazioni straordinarie.

Nello stesso periodo progetta un incubatore d’impresa innovativo caratterizzato dall’assenza di una struttura fisica di incubazione, finanziato nel 2002 dalla Provincia Regionale di Palermo ed in seguito dalla Regione Sicilia.

Dal 2007 assume l’incarico di controller presso diverse imprese industriale di media dimensione, guidandole verso un progressivo miglioramento dei conti e del rating bancario. Negli anni successivi si occupa di export management per conto di imprese manifatturiere italiane, bosniache, serbe e albanesi.

Nel 2013 viene nominato coordinatore del Gruppo di Studio “Internazionalizzazione delle imprese e delle attività professionali” presso l’Ordine dei Dottori Commercialisti di Palermo.

Il primo settembre del 2015 assume l’incarico di *consulente economico da parte di un partito serbo dell’attuale maggioranza* ed il 15 ottobre 2015 viene nominato *rappresentante autorizzato del "Business club Russo-Serbo" di Belgrado (Serbia)*.

Il suo modello di marketing management, denominato “3DSPLUS” o “schema di Castello”, ha riscosso molto interesse ed oggi rappresenta oggetto di studio presso le facoltà di economia *Luigj Gurakuqi di Shkodres (Albania)* e la *Ekonomskog fakulteta Univerziteta u Kragujevcu (Serbia)*.

Numerosi gli interventi come relatore in convegni e seminari organizzati dall’Ordine dei Dottori Commercialisti, Unicredit e Confindustria.

Ad aprile del 2016 è stato pubblicato dalla casa editrice Edizioni Arianna, il libro “Export Management. Un metodo pratico/3DSPLUS”, che sintetizza la metodologia di marketing messa a punto dall’autore.

Allegati:

- **Check list marketing mix**
- **Informazioni di base**
- **Manuale d’uso 3ds+**