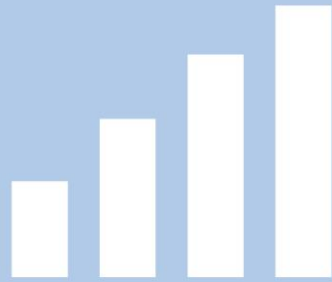
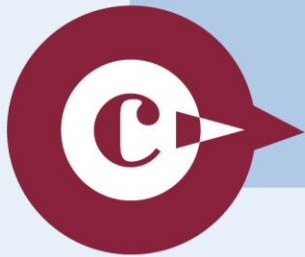


# Go **talent** internacional

**Expert** en vendes internacionals



**Incorpora talent per incrementar  
i optimitzar les teves vendes als  
mercats internacionals**



## Objectius

Aquest programa està dissenyat per incrementar el coneixement i l'experiència de totes les persones que estan vinculades a les vendes internacionals i al comerç internacional.

- Incorpora experiències i coneixements que realment impacten en l'estratègia i la gestió dels departaments d'internacional.
- Concretament, el programa incrementa una visió transversal del departament, començant per la investigació i elecció dels mercats més adients, passant per l'operativa internacional necessària per fer aquestes vendes i acabant amb l'organització del departament, tant en l'àmbit de gestió com pel que fa a promoció comercial.
- Treballem per incrementar les habilitats directives en la negociació internacional.
- Go Talent International té com a objectiu, fer créixer als professionals que participen en el programa i els entrena en la presa de decisions.



## El programa va dirigit:

- Professionals d'empreses vinculats a les vendes internacionals.
- Tots aquells professionals de departaments que donen suport o estan relacionats en les vendes internacionals.
- Persones que estan cursant o en acabat de cursar estudis en comerç internacional (graus, màsters i formació professional que vulguin adquirir més coneixements i experiència).

**Cost inscripció: 500 €** en concepte de tutoria i mentoratge de l'alumne per part del tècnic o tècnica d'Internacional de la cambra per la realització del Pla de Promoció internacional. La formació 100 % gratuïta.

**Inscripció:** A través del Campus virtual de les Cambres de Comerç de Catalunya [www.cevirtualcambrescat.org](http://www.cevirtualcambrescat.org)



## Metodologia

- Durada del programa cinc mesos
- 6 mòduls: 5 mòduls de coneixement més 1 mòdul d'elaboració i execució d'un pla de promoció internacional. Cada setmana es tractarà un tema en concret i es farà un seminari web d'aportació de valor
- Prèviament, els alumnes tindran material didàctic en el campus virtual. Els alumnes que necessitin incrementar el coneixement podran abans i després de la sessió consultar el material didàctic proporcionat
- Es realitzaran casos pràctics reals i es plantejaran debats mitjançant els fòrums que es resoldran en els seminaris web amb els professors



## Programa

Mòdul **1.** Investigació i selecció de mercats

Mòdul **2.** Aspectes bàsics de comerç exterior i de contractació internacional per a export managers

Mòdul **3.** Canals de penetració als mercats exteriors. Xarxa de vendes

Mòdul **4.** Promoció Internacional

Mòdul **5.** Vendes Internacionals

Mòdul **6.** Elaboració i execució del Pla de Promoció Internacional



## Programa

### Mòdul 1. Investigació i selecció de mercats

#### A. Aspectes generals previs

- Com fer una diagnosi de la situació inicial de l'empresa. Anàlisi intern de l'empresa.
- Quin contingut necessari i imprescindible ha de tenir un estudi de mercat per a l'exportació.
- On podem cercar informació: Fonts d'informació públiques/privades i dades/informació de les que disposi l'empresa.
- Quines són les eines i tècniques més usuals en la investigació de mercats: enquestes; entrevistes; observació; focus group; mostra de camp; etc.

#### B. Preselecció de mercats potencials

- Criteris estadístics (importacions i exportacions per països).
- Criteris de selecció geogràfics. Proximitat, accessibilitat, comunicació, idioma, etc.
- Criteris econòmics.
- Criteris demogràfics: Creixement i distribució demogràfica, ocupació i atur, sistemes de salubritat i higiene.
- Criteris polític-legals: risc país, tendències fiscals, estabilitat del sistema públic, barreres aranzelàries, entre d'altres.
- Criteris d'evolució tecnològica: rapidesa en els avenços tecnològics, inversions tecnològiques del país, nivell de desenvolupament tecnològic, etc.
- Criteris culturals: estils de vida, gustos i preferència per productes i serveis, hàbits de consum, entre d'altres.
- Avaluació de les dades analitzades
- Construir la matriu de preselecció dels països/mercats potencials per a fer una primera aproximació.

#### C. Priorització del/s mercat/s potencial/s i selecció final

- Com fer una priorització dels mercats potencials preseleccionats mitjançant criteris operatius de mercat que l'empresa consideri més interessants d'acord al sector / mercat respectiu, p.e.: volum de mercat, evolució de mercat, estructura de mercat, nombre de potencials clients, nombre de proveïdors, nombre de competidors, barreres d'entrada, entre d'altres.
- Construint la matriu de ponderació amb els criteris escollits i identificació del/s mercat/s prioritari/s. Conclusions finals.

#### D. Estratègia de penetració de producte/servei segons mercat

- Com identificar per a cada mercat escollit les oportunitats de creixement relacionant productes i mercats/país. Construcció de la Matriu d'Ansoff per a cada mercat/país.



## Mòdul 2. Aspectes bàsics de comerç exterior i de contractació internacional per a export managers

### A. Implicacions per a les empreses exportadores de les polítiques comercials dels diferents països, per definir l'estratègia exportadora

- Aprendre a identificar les barreres comercials a l'exportació.
- Quines són les modalitats i fórmules d'acords preferencials. Des dels acords de lliure comerç a les àrees d'integració duanera, comercial i econòmica.
- Els acords de lliure comerç de la UE.
- El Mercat Únic Europeu.
- Com podem dur a terme la classificació aranzelària de les mercaderies.
- Origen de les mercaderies: criteris d'origen preferencial i no preferencial.
- Valoració duanera de les mercaderies.
- Aranzel aplicable als mercats objectiu.
- Aspectes de fiscalitat: retencions a la font (país pagador) i Iva, amb especial atenció a les operacions intracomunitàries
- Barreres tècniques a l'exportació

### B. Visió transversal de l'operativa de vendes internacionals

- Incoterms 2020, i la seva aplicació en comerç internacional
- Escandalls de costos i càlcul de preus.
- Transport, assegurances en les operacions internacionals
- Formes de pagament cobrament internacional.

### C. Nocions bàsiques de contractació internacional

- Organització jurídica del comerç internacional.
- Contractes d'ús freqüent a la xarxa comercial: agència i distribució internacional, Joint venture i altres contractes de col·laboració comercial.



## Mòdul 3. Canals de penetració als mercats exteriors. xarxa de vendes

### A. Formes de penetració als mercats exteriors

- La venda directa a clients i usuaris, sense intermediaris.
- Comercialització mitjançant agents i distribuïdors.
- La implantació a través de filials, ja siguin comercials i/o de producció.
- Altres formes de penetració com ara els acords de cooperació contractuals (Llicències, Franquícies, Piggyback, Consorcis d'exportació, Aliances estratègiques...).
- La comercialització a través de canals digitals:
  - Mercats electrònics o Market Places (Amazon, eBay, Google Express, Aliexpress, Alibaba, mercats especialitzats B2B etc.).
  - La comercialització a través d'un e-commerce propi

### B. La cerca d'agents comercials, distribuïdors i altres partners/intermediaris comercials

- Com definir el perfil del partners/intermediaris comercials a cercar.
- Metodologia per identificar els partners/intermediaris comercials.
- Com dur a terme una cerca a distància.
- Com dur a terme una cerca sobre el terreny.
- Intercanvi de bones pràctiques i conclusions.

### C. Selecció i contractació dels millors partners/intermediaris comercials

- Quines són les eines de selecció que tenim al nostre abast.
- Criteris fonamentals per a una selecció efectiva.
- Identificar i avaluar les expectatives mútues.
- Construint la matriu de classificació i prioritització dels partners/intermediaris comercials

### D. Gestionar, donar suport i controlar els partners/intermediaris comercials

- Presentació del pla d'acció: llançament, promoció, formació i comunicació.
- Intercanvi d'opinions del pla d'acció amb cada partner/intermediari comercial.
- Negociació de les xifres de negoci objectiu: semestral i/o anual.
- Control i seguiment dels resultats





## Mòdul 4. Promoció Internacional

### A. Accions i eines de promoció Internacional off-line

- Viatges i missions comercials. Directes/inverses.
- Participació i visita a fires.
- Canals d'influència: prescriptors, key opinion leaders, fòrums, xerrades monogràfiques especialitzades, organitzacions professionals/empresarials, actes i esdeveniments amb clients, etc.
- Publicitat en mitjans de comunicació i revistes especialitzades.
- Altres accions de promoció internacional segons sector i país.

### B. Accions i eines de promoció Internacional on-line

- Missions Comercials on-line.
- Fires virtuals. Softwares comercials.
- Show rooms virtuals. Softwares comercials.
- Esdeveniments i xerrades monogràfiques especialitzades via xarxa.

### C. Accions i eines de màrqueting digital

- Quins continguts ha de tenir una pàgina web multilingüe internacional.
- Blocs especialitzats. Què són i com construir-los de cara a promocionar-se a l'exterior.
- E-mailing. Aprendre a fer campanyes.
- Publicitat a Google i altres navegadors i plataformes. Quina és la metodologia?
- Xarxes socials (Social Selling). Quines xarxes són més apropiades?
- Gestió de comunitats internacionals



## Mòdul 5. Vendes Internacionals

### A. Planificació de les vendes

- Com determinar les diferents àrees de venda per país (territoris, àrees, etc).
- Quotes de venda esperades per territori, àrea, etc.
- Assignació de territoris, àrees a persones/agents/distribuidors.
- Target de clients a prospectar/visitar per territoris, àrees, etc.
- Determinació de les principals mètriques per a fer el seguiment oportú de tot lo anterior.

### B. Seguiment de les vendes

- Com fer un dashboard de seguiment comercial.
- Seguiment de les principals mètriques per assegurar que s'estan complint els plans quant a nombre de visites realitzades, perfil del target de les visites, nivell de vendes esperat, control de despeses, etc.
- Seguiment de venedors propis, agents comercials, distribuïdors, etc. Metodologia.
- Eines de seguiment CRM i firmes comercials que hi ha al mercat.
- Organització i gestió del BackOffice (estructura, equip de persones, etc.).

### C. Elaboració del pressupost anual de vendes

- Pressupost de vendes per territori/àrees.
- Pressupost per venedors/distribuïdors/agents, etc.
- Pressupost de vendes per país.
- Pressupost global anual de vendes internacionals.



## OBJECTIUS I TEMARI dels MÒDULS

### Mòdul 6. Elaboració i execució del Pla de Promoció Internacional

#### A. Elaboració i execució del pla de promoció internacional

- Com redactar el pla de promoció internacional.
- Identificar i concretar els projectes, accions, etc. a dur a terme per a la implementació del pla de promoció internacional.
- Mètodes de planificació i programació per a fer el seguiment dels diferents projectes i accions a dur a terme en el temps. P.e.: diagrama Gantt, ERP, PERT, etc.
- Elaboració del pressupost del pla de promoció internacional (Identificació de les diferents partides a pressupostar i quantificació econòmica de cada partida).

**Nota:** Mentoria per part de la cambra



## Calendari

	Data Inici	Data final	
	23-05-22	20-06-22	Carlos Enrile
<b>Mòdul 1. Investigació i selecció de mercats</b>			
Webinar - 1	30-05-22	2,5 h	15:00 h a 17:30
Webinar - 2	06-06-22	2,5 h	15:00 h a 17:30
Webinar - 3	13-06-22	2,5 h	15:00 h a 17:30
Webinar - 4	20-06-22	2,5 h	15:00 h a 17:30

	Data Inici	Data final	
	21-06-22	18-07-22	Remigi Palmés
<b>Mòdul 2. Aspectes bàsics de comerç exterior i de contractació internacional per a export managers</b>			
Webinar - 1	27-06-22	2,5 h	15:00 h a 17:30
Webinar - 2	04-07-22	2,5 h	15:00 h a 17:30
Webinar - 3	11-07-22	2,5 h	15:00 h a 17:30
Webinar - 4	18-07-22	2,5 h	15:00 h a 17:30

Data Inici 23/05/2022  
Data Final 28/11/2022

	Data Inici	Data final	
	05-09-22	03-10-22	
<b>Mòdul 3. Canals de penetració als mercats exteriors. xarxa de vendes</b>			
Webinar - 1	12-09-22	2,5 h	15:00 h a 17:30
Webinar - 2	19-09-22	2,5 h	15:00 h a 17:30
Webinar - 3	26-09-22	2,5 h	15:00 h a 17:30
Webinar - 4	03-10-22	2,5 h	15:00 h a 17:30



## Calendari

	Data Inici	Data final	
<b>Mòdul 4. Promoció Internacional</b>	04-10-22	31-10-22	Victor de Francisco
Webinar - 1	10-10-22	2,5 h 15:00 h a 17:30	
Webinar - 2	17-10-22	2,5 h 15:00 h a 17:30	
Webinar - 3	24-10-22	2,5 h 15:00 h a 17:30	
Webinar - 4	31-10-22	2,5 h 15:00 h a 17:30	

Data Inici 23/05/2022  
Data Final 28/11/2022

	Data Inici	Data final	
<b>Mòdul 5. Vendes</b>	01-11-22	28-11-22	Xavier Guillamet
Webinar - 1	07-11-22	2,5 h 15:00 h a 17:30	
Webinar - 2	14-11-22	2,5 h 15:00 h a 17:30	
Webinar - 3	21-11-22	2,5 h 15:00 h a 17:30	
Webinar - 4	28-11-22	2,5 h 15:00 h a 17:30	



Entrega de diploma de participació:

Acreditar un mínim de coneixements del 60% amb la participació en les webinars.

El Pla de Promoció Internacional representa un 40% del diploma de participació, cal rebre una puntuació mínima d'un 5 sobre 10 perquè es tingui en compte la nota.

Cost d'empresa: 500 € ( inclou tutoria de l'alumne i mentoratge)

# Go **talent** internacional

**Expert** en vendes internacionals

