

Como Conseguir Clientes nos Mercados Internacionais

Objetivos Gerais

Durante este Curso os formandos irão desenvolver competências nos participantes para a obtenção de informação relevante dos negócios internacionais. Este Curso também irá proporcionar técnicas aos formandos para o desenho de um plano detalhado de negócios para os mercados externos.

Objetivos Específicos

No final do Curso os formandos ficarão aptos a:

- Identificar as técnicas para o acesso aos mercados externos;
- Aplicar a metodologia para o desenho dum plano de negócios externos;
- Identificar os principais aspetos comerciais dos negócios internacionais.

Destinatários

Este Curso destina-se a Diretores e Quadros Técnicos das empresas.

Carga Horária

12 Horas

Conteúdo Programático

Módulo I – Técnicas para o Acesso aos Mercados Externos

- Detecção de oportunidades de negócios internacionais
- Seleção da informação necessária para a internacionalização
- Principais passos para desenvolver uma pesquisa de mercados externos
- Análise da informação contida nos perfis de mercado
- Escolha eficaz das fontes de informação sobre negócios internacionais
- Passos para obter um preço de exportação competitivo

Módulo II – A Metodologia para o Desenho de um Plano de Negócios Externos

- Exame dos mercados mais adequados para os produtos da empresa
- Critérios mais relevantes para a seleção dos mercados internacionais
- Identificação dos clientes externos ótimos
- Características de um projeto de negócios internacionais eficiente
- Elaboração e desenvolvimento das fases do plano comercial externo

Módulo III – Os Principais Aspetos Comerciais dos Negócios Internacionais

- Desenho de políticas de marcas, packing e packaging para exportação
- Elaboração de estratégias para participar em feiras internacionais
- Principais ações necessárias para a fase pós-feira
- Critérios de valor para a atuação nos encontros de negócios e viagens comerciais
- Seguimento das ações comerciais internacionais.
- Técnicas para a conformação de uma base de dados relativa aos mercados externo

Módulo IV – Outros Aspetos das Ações Comerciais Internacionais

- Métodos para o desenho de oferecimentos comerciais atrativos para os mercados internacionais
- Escolha dos canais de comercialização internacional mais apropriados para a empresa
- Importância dos projetos conjuntos para os negócios internacionais
- Formas para obter competitividade nos mercados globais.