



Elementi chiave per internazionalizzarsi con successo

Dr. Carlo Angelo Zanaboni
22 aprile 2009

Chi siamo

- ✓ **MetalC Srl - Spin-off del Politecnico di Milano** (www.metalc.it) nasce nel 2005 dalle competenze di un team del **Dipartimento di Ingegneria Gestionale** del Politecnico di Milano
- ✓ La **compagine societaria** è composta dal Politecnico di Milano, dalla Camera di Commercio di Como, due professori ordinari di Ingegneria Gestionale (Prof. Giuliano Noci e Vittorio Chiesa) e da tre esperti che da diversi anni operano su progetti di carattere nazionale ed internazionale



Competenze,
forza e
passione

Core competence

MetalC Srl si propone di attivare all'interno delle imprese un ciclo di innovazione strategica, organizzativa e tecnologica, finalizzato al continuo miglioramento delle performance dei diversi processi aziendali e di filiera, in particolare attraverso le competenze di eccellenza sviluppate nei seguenti ambiti:

- ✓ Analisi e risoluzione delle principali problematiche strategiche e gestionali aziendali, quali, ad esempio, quelle legate ai progetti di internazionalizzazione, o alla messa in efficienza delle organizzazioni
- ✓ Mappatura e re-ingegnerizzazione di processi in sistemi complessi, in particolare industriali

Principali referenze

- ✓ **MIP-Banca Agrileasing-ACE:** collaborazione nell'ambito dell'iniziativa INTsight di supporto all'internazionalizzazione delle imprese clienti del circuito delle BCC, in particolare della Federazione Lombarda delle BCC
- ✓ **Politecnico di Milano:** collaborazione su diversi progetti di sistema finalizzati ad aumentare la competitività delle PMI, tra cui i progetti Exart e Matin per l'internazionalizzazione e l'ampliamento dei mercati target di aggregati artigiani
- ✓ **Manni Sipre Spa:** analisi del contesto competitivo europeo
- ✓ Definizione di un piano di internazionalizzazione verso la Svizzera del **Consorzio Odontotecnici Comaschi**
- ✓ **Banca Popolare di Sondrio**
- ✓ Mappatura e re-ingegnerizzazione di tutti i processi della **filiale rumena di una delle società di leasing leader in Italia e in Europa**
- ✓ Oltre a più di un **centinaio di PMI** attive nei settori produttivi più diversi



Mario mi ha detto di essere arrivato a vendere anche in Cina tramite una persona che conosce bene il mercato locale, ma dopo qualche buon ordine tutto sembra essersi bloccato...

Elementi di criticità

- ✓ in un scenario di mercati mondiali caratterizzati da complessità sempre crescenti in cui “tutti competono con tutti su tutto” la sfida di affrontare adeguati progetti di internazionalizzazione rischia di essere troppo difficoltosa da affrontata da soli, se non impossibile;
- ✓ la mancanza di competenze, risorse, strategie, informazioni di mercato e supporti adeguati, sono solo alcuni degli elementi di criticità per il successo di un progetto di internazionalizzazione;
- ✓ non è più sufficiente per l'imprenditore italiano affidarsi al proprio intuito, o al supporto di intermediari e consulenti in grado di intervenire solo su porzioni limitate del problema.



La scomposizione del "problema"





Ha senso pensare di internazionalizzare la mia azienda?

Quale strategia di internazionalizzazione è più adatta al mio business?

Quale è il "sistema di valori" espressi dalla mia impresa che devo preoccuparmi di portare anche all'estero?



Quale network di relazioni devo sviluppare per poter operare efficacemente e chi mi può aiutare a crearlo?





Devo vendere dove e come fanno tutti o devo cercare di capire quali prodotti verranno consumati da quali mercati?

I mercati che voglio penetrare che percezione hanno dei prodotti che vendo?

I canali distributivi presenti sono in grado di soddisfare le mie esigenze?



So dove e come promuovere i miei prodotti?





L'organizzazione della mia impresa è in grado di gestire le nostre strategie di internazionalizzazione?

L'attuale compagine societaria e la capitalizzazione dell'impresa sono adeguate a tali scelte?



Faccio già fatica a tenere sotto controllo l'efficienza dei processi in Italia, come posso farlo con l'estero?





Le mie persone parlano almeno l'inglese? E io come me la cavo?

È meglio avere mie persone presenti stabilmente nel nuovo mercato? Chi ci mando?



Posso pensare di continuare a seguire e controllare tutto io se opereremo su diversi mercati?





Quanto è importante
l'ICT nel mio progetto di
internazionalizzazione?

Ma c'è qualcuno in Italia
e all'estero che riesce a
trovare su Internet
informazioni sulla mia
impresa?



Quanto mi toccherà
spendere poi per le
chiamate
internazionali?





Ma alla fine di tutto ci guadagnerò o rischio solo di buttare via i soldi?

Gli investimenti da fare sono tanti, come faccio a finanziare tutta l'operazione?



Come faccio a convincere le banche e gli altri finanziatori a concedermi il credito necessario?





- **Piano strategico:** individuazione degli elementi caratterizzanti la strategia aziendale, e dei relativi punti di forza e di debolezza, delle minacce e delle opportunità, in riferimento sia ad un'analisi interna del funzionamento dell'azienda, sia ad un'analisi esterna del mercato di riferimento;
- **Piano di marketing:** definizione e dimensionamento del mercato di riferimento, presentazione e analisi degli elementi caratterizzanti il posizionamento in relazione alle variabili del marketing mix;
- **Piano delle risorse umane ed organizzative:** presentazione e analisi dell'organizzazione societaria del quadro delle risorse umane e analisi dei gap di competenze;
- **Struttura finanziaria:** individuazione del fabbisogno finanziario e quadro delle fonti di finanziamento;
- **Proiezioni economico-finanziarie:** calcolo a 5 anni dei bilanci prospettici e dei relativi indicatori di redditività (ROE, ROI, ecc), di liquidità (Rapporto corrente, test acido, ecc), di capital budgeting (Quoziente di autonomia finanziaria, Elasticità degli investimenti, ecc) e degli schemi di cash flow.

Finalità interne

- ✓ Capire i punti di forza e di debolezza della propria azienda e del proprio progetto di internazionalizzazione per inquadrare come valorizzare al meglio i primi e risolvere i secondi
- ✓ Prendere coscienza di tutti gli elementi chiave per un'internazionalizzazione di successo per non muoversi e soprattutto investire al buio
- ✓ Chiarire gli obiettivi e definire gli strumenti e la road map per raggiungerli

Finalità esterne

- ✓ Fornire a banche, finanziatori e soggetti come la Berne Economic Development Agency un documento professionale di valutazione del proprio progetto di internazionalizzazione, punto di partenza imprescindibile per poter ottenere il necessario supporto



Competenze,
forza e
passione

Carlo Angelo Zanaboni

Business Developer Manager

Via Natta 14, 22100 Como

Tel 031/3327378

Cell. 392/9504389

www.metalc.it

carlo.zanaboni@metalc.it

[Company profile](#) (on Issuu.com)

View my
profile on

Linked in

mc
metalC