

	MERCADO INTERNACIONAL	Ficha de Producto
		Revisión 1
		Fecha 01/03/2017

INTRODUCCIÓN

Este informe se centra en las vías y la estrategia de acceso en un nuevo mercado extranjero (canales de distribución) que ayudará a la empresa a conocer mejor cómo funcionan dichos canales y cuáles son los potenciales socios comerciales o clientes en dicho país.

Este informe se divide en cuatro apartados principales:

1. Resumen ejecutivo del mercado seleccionado.
2. Representación de los canales de distribución en el mercado.
3. Análisis y selección del canal de comercialización óptimo para la empresa.
4. Identificación de los potenciales partners / socios comerciales.

INFORME

1. RESUMEN EJECUTIVO

En este apartado se exponen las principales conclusiones sobre cómo funcionan los canales de distribución que existen en el mercado extranjero para poder realizar un acceso más eficaz y dirigido. Además, de un resumen sobre la situación actual del mercado y sus perspectivas, y la identificación de los socios comerciales o distribuidores idóneos para la comercialización de los productos de la empresa.

Todo ello en base a las características del mercado elegido por la empresa, sus diferencias con el mercado nacional, particularidades y aspectos que requieran un mayor grado de análisis.

2. CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Se estudiará y analizará a los participantes de los canales de comercialización para los productos de la empresa, para que esta pueda conocer mejor el funcionamiento del mercado y adaptarse, si fuera necesario al nuevo entorno y escenario competitivo.

Dentro de este apartado se definirán de manera precisa las características de cada uno de los participantes en estos canales, sus particularidades, importancia, forma de negociar, etc. Toda la información que pueda aportar un mayor valor al informe.

3. CANAL ÓPTIMO DE DISTRIBUCIÓN

En base al análisis de los dos puntos anteriores será seleccionado, de entre las diferentes posibilidades que existan, el canal de comercialización que más favorezca a un correcto posicionamiento del producto en el mercado destino. De esta manera se pueden focalizar los esfuerzos para obtener una mayor eficiencia.

4. POTENCIALES PARTNERS Y CLIENTES EN EL MERCADO DE DESTINO

Una vez se conozca el canal óptimo, se realizará la búsqueda y selección de los principales clientes para la oferta de la empresa. Para que ésta disponga de información relevante se creará una ficha con los datos más importantes sobre el potencial socio comercial, incluyendo Nombre de la empresa (razón social o marca comercial); Canal al que pertenece; Descripción cualificada de la empresa y Datos de contacto para llegar a la empresa

PRECIO DE VENTA

 Expertos Internacionales	MERCADO INTERNACIONAL	Ficha de Producto
		Revisión 1
		Fecha 01/03/2017

El precio de venta del producto/servicio MERCADO INTERNACIONAL es de **2.000,00 €**