

Espandersi all'estero. Aprire nuovi mercati in Europa.

L' Europa con 742 ml di individui e 50 ml di attività economiche rappresenta un interessante opportunità, ma ci sono anche difficoltà da affrontare dato che rispetto al mercato locale cambiano : lingua, comportamenti d'acquisto, leggi, potere d'acquisto, concorrenza ecc.

Un prodotto/servizio, se ben caratterizzato e/o innovativo, merita di essere ben pubblicizzato a quei potenziali clienti che ancora non l'hanno provato.

La multicanalità deve essere presa in considerazione e un buon marketing manager deve conoscere i vantaggi e gli svantaggi della comunicazione online e offline. Non esiste una ricetta magica per avere successo nei mercati soprattutto internazionali. A noi preme parlare di azioni di marketing diretto. Guarda i casi di successo.