

LE 7 DOMANDE prima di entrare in un MERCATO

La scheda di valutazione che decide se un mercato vale l'investimento
(checklist diagnostica + scheda di valutazione per 2 mercati)

Guida pratica - 7 domande, criteri oggettivi, confronto diretto

Costanza Iris Nocchi | International Business Development Consultant

CiN CONSULTANTS

Lead Magnet | Le 7 Domande prima di entrare in un mercato

Perche questa guida

La scelta del mercato e la decisione piu importante di tutto il processo di internazionalizzazione — e quella che la maggior parte delle PMI italiane prende peggio.

"Andiamo in Germania perche ci siamo stati e ci e piaciuta" non e una strategia. E una razionalizzazione. E le razionalizzazioni si pagano: anni di lavoro su un mercato sbagliato, costi di adattamento non previsti, concorrenza locale sottovalutata.

Questa guida ti da le 7 domande che separano una scelta strategica da una scommessa — e una scheda per confrontare oggettivamente fino a 2 mercati candidati.

01 Perche la scelta del mercato conta piu di tutto

Ogni altra decisione — pricing, canale distributivo, materiali commerciali, partner locali — dipende dal mercato scelto. Se il mercato e quello sbagliato, anche la strategia piu perfetta produce risultati mediocri.

18-24

mesi: il tempo medio che una PMI italiana impiega a rendersi conto di aver scelto il mercato sbagliato. Tempo, budget e energie che non si recuperano.

Le 7 domande di questa guida vanno poste PRIMA di investire — non dopo la prima fiera, non dopo il primo contratto fortunato. Prima.

02 Le 7 domande

Per ogni domanda: cosa significa davvero, e da dove prendere i dati per rispondere onestamente.

1 C'e domanda reale per il mio prodotto in questo mercato?

Non "potrebbe interessare" — domanda misurabile. Fonti: dati di import settoriale (Eurostat, ICE, dogane locali), ricerche di settore, dati Google Trends per il mercato target.

2 Quanto e grande il mercato e quanto cresce?

Dimensione totale del settore + tasso di crescita annuo. Un mercato grande ma stagnante e diverso da un mercato medio in crescita del 15%.

3 Chi sono i concorrenti locali e dove si posizionano?

Mappa almeno 5 concorrenti locali: fascia di prezzo, canali, punti di forza. Se non sai chi sono i tuoi concorrenti in quel mercato, non sei pronto a entrarci.

4 Quali canali distributivi sono accessibili?

Agente, distributore, vendita diretta, e-commerce, marketplace B2B, partnership OEM. Ogni mercato ha canali dominanti diversi — replicare il modello italiano spesso non funziona.

5 Il mio prezzo e competitivo una volta calcolati tutti i costi?

Ex-works + trasporto + dazio + margine distributore + IVA locale = prezzo finale. Confronta con il prezzo medio della concorrenza locale diretta.

6 Quali barriere normative o culturali devo affrontare?

Certificazioni richieste (CE, FDA, marchi locali), tempi di approvazione, e differenze culturali nella negoziazione che impattano i tempi di chiusura.

7 Ho già un punto di ingresso o devo costruirlo da zero?

Contatti esistenti, fiere di settore, associazioni, camere di commercio estere. Un mercato senza alcun punto di ingresso richiede 6-12 mesi extra solo per costruire la rete.

03 Come si legge il risultato

Non esiste un mercato perfetto su tutte le 7 dimensioni. Esiste il mercato che, nel complesso, offre il miglior rapporto tra opportunità e difficoltà per la TUA azienda in questo momento.

6-7 SI	Mercato prioritario. Procedi con un piano commerciale strutturato entro i prossimi 3 mesi.
4-5 SI	Mercato interessante con gap da colmare prima di investire risorse significative.
2-3 SI	Rischio alto. Approfondisci le aree mancanti prima di qualsiasi decisione.
0-1 SI	Non è il momento per questo mercato. Cerca alternative con criteri oggettivi.

04 Scheda di valutazione — confronto 2 mercati

Compila per ogni mercato candidato. Il confronto diretto rende evidente quale opzione è oggettivamente più solida — non quella che "piace di più".

MERCATO CANDIDATO A: _____	
1. Domanda reale (dati alla mano)?	SI / NO + fonte dati _____
2. Dimensione e crescita del mercato?	Valore EUR + % crescita annua _____
3. Concorrenti locali mappati?	Quanti + posizionamento prezzo _____
4. Canale distributivo identificato?	Quale canale + perché _____
5. Prezzo finale competitivo?	Prezzo calcolato vs concorrenza _____

6. Barriere normative/culturali note?	Elenco principali barriere _____
7. Punto di ingresso esistente?	SI / NO + quale _____

MERCATO CANDIDATO B: _____	
1. Domanda reale (dati alla mano)?	SI / NO + fonte dati _____
2. Dimensione e crescita del mercato?	Valore EUR + % crescita annua _____
3. Concorrenti locali mappati?	Quanti + posizionamento prezzo _____
4. Canale distributivo identificato?	Quale canale + perche _____
5. Prezzo finale competitivo?	Prezzo calcolato vs concorrenza _____
6. Barriere normative/culturali note?	Elenco principali barriere _____
7. Punto di ingresso esistente?	SI / NO + quale _____

Conta i SI per ciascun mercato e confronta con la tabella della Sezione 03. Il mercato con punteggio piu alto e il tuo mercato prioritario — non quello in cui "ci siamo stati in vacanza".

Hai compilato la scheda e vuoi una seconda opinione esperta?

Prenota una call conoscitiva gratuita — analizziamo insieme i dati raccolti e definiamo il mercato prioritario con un piano commerciale concreto.

Prenota una call conoscitiva gratuita — 30 minuti, nessun impegno.

-> www.cinconsultants.com/prendere-rdv

CiN CONSULTANTS

Costanza Iris Nocchi

International Business Development Consultant

20+ anni - 15 mercati - 5 lingue

www.cinconsultants.com

info@cinconsultants.com

Defence - Security - High-Tech - F&B - Design