YES CONNECT

Guida alla compilazione della scheda ricerca

Come preparare le informazioni per definire la ricerca di potenziali partner commerciali.

Prima del colloquio

La scheda serve a descrivere la vostra azienda, i prodotti da proporre e il profilo dei partner che desiderate individuare. Informazioni concrete aiutano il consulente a impostare una ricerca coerente con i vostri obiettivi.

Cosa tenere a portata di mano

Sito aziendale e catalogo aggiornato; fatturato dell'ultimo bilancio e numero di dipendenti *(facoltativo)*; descrizione dei prodotti e certificazioni; esempi di clienti, competitor e partner ideali; Paesi e canali di vendita prioritari.

Se un'informazione non è disponibile

Indicate "da confermare" o "da integrare" e segnalatelo durante il colloquio. Potrete concordare con il consulente le integrazioni e trasmettere successivamente la scheda aggiornata. Evitate valori stimati presentati come certi.

Come scrivere risposte utili

Usate descrizioni brevi ma specifiche. Distinguete la situazione attuale dagli obiettivi futuri e segnalate quali requisiti sono indispensabili e quali solo preferenziali.

Come si svolge il confronto

Preparatevi a presentare l'azienda e i prodotti, chiarire il mercato obiettivo e descrivere il partner cercato. Il confronto aiuta a precisare i criteri della ricerca e le eventuali informazioni da integrare.

La guida segue i campi del "Modulo ricerca Yes Connect". Gli esempi sono illustrativi e vanno adattati alla vostra attività.

01 / Scheda cliente

Ragione sociale

Inserite la denominazione completa dell’azienda. Se il marchio commerciale è diverso, specificate entrambi.
Esempio: Alfa Alimentare S.r.l. - marchio commerciale: Sapori Alfa.

Sito web

Riportate l’indirizzo del sito ufficiale; se utile, aggiungete il collegamento al catalogo o alla sezione dedicata alla linea da esportare.

Settore attività

Descrivete l’attività effettiva e il ruolo dell’azienda: produttore, trasformatore, distributore o fornitore di servizi. Evitate definizioni troppo generiche.
Esempio: Produzione di pasta secca di semola per il canale retail e la ristorazione.

Fatturato *(facoltativo)*

Indicate il fatturato dell’ultimo bilancio disponibile.

Numero dipendenti *(facoltativo)*

Indicate il numero di dipendenti.

Clienti attuali

Descrivete le tipologie di clienti già servite, i canali e i mercati. Potete aggiungere nominativi o siti esemplificativi se condivisibili.
Esempio: Importatori alimentari, grossisti Ho.Re.Ca. e negozi specializzati; vendite in Italia e Francia.

Competitor di riferimento

Indicate aziende con prodotti, posizionamento e canali simili, preferibilmente con il sito web. Spiegate in cosa sono confrontabili. I competitor servono come riferimento per comprendere l’offerta, non come partner da cercare.

02 / Scheda prodotto

Prodotti da esportare

Elencate le linee o categorie oggetto della ricerca. Se sono diverse, indicate la priorità e chiarite quali devono essere trattate insieme.

Esempio: Pasta secca di semola: spaghetti, penne e fusilli; priorità alla linea premium.

Caratteristiche del prodotto

Descrivete uso, fascia di mercato, formato e caratteristiche distintive. Precisate se si tratta di prodotto finito, componente o subfornitura.

Esempio: Pasta premium, confezioni da 500 g per il retail e da 3 kg per la ristorazione.

Specificità

Indicate gli elementi che caratterizzano l'offerta e che possono influenzare la scelta del partner: bio, vegan, materiali riciclati, origine o esigenze di conservazione. Riportate solo caratteristiche effettive.

Certificazioni

Elencate le certificazioni disponibili e pertinenti ai prodotti o ai processi. Distinguete quelle già ottenute da quelle in corso; tenete pronti i documenti, se richiesti.

Parole chiave relative al prodotto nel settore

Inserite termini concreti che descrivono prodotto, categoria e contesto commerciale. Potete proporre sinonimi e traduzioni note, da affinare con il consulente. Evitate slogan generici.

Esempio: Pasta secca, pasta italiana, Italian pasta, premium food. "Catena del fresco" è pertinente solo per prodotti che la richiedono.

Private label

Selezionate SÌ se siete disponibili a fornire prodotti con il marchio del cliente; NO se la proposta riguarda esclusivamente il vostro marchio. In caso di disponibilità condizionata, precisate vincoli e quantitativi nelle NOTE.

Prodotti complementari

Indicate prodotti diversi dai vostri che il partner ideale potrebbe già commercializzare nello stesso canale. Sono indizi utili, ma non dimostrano da soli che un'azienda sia adatta.

Esempio: Per la pasta: sughi, conserve di pomodoro e olio. La vendita di questi prodotti, da sola, non prova che il partner distribuisca pasta.

03 / Scheda ricerca

Mercato obiettivo

Indicate un solo Paese. Se necessario, aggiungete aree geografiche o regioni. Evitate indicazioni generiche come “Europa”.
Esempio: Germania.

Canale di vendita

Indicate il ruolo commerciale del partner cercato: ad esempio distributore, importatore, grossista. Distinguete il partner diretto dal cliente finale.
Esempio: Importatori e distributori alimentari che riforniscono il canale Ho.Re.Ca.

Specifica di canale

Precisate specializzazione, assortimento e clientela del partner. Chiarite quali prodotti deve già trattare, a chi deve venderli e quali attività deve svolgere.
Esempio: Importatori/distributori in Germania che commercializzano pasta italiana e riforniscono grossisti Ho.Re.Ca.; esclusi negozi al dettaglio ed e-commerce rivolti solo al consumatore finale.

NOTE

Raccogliete vincoli, esclusioni e informazioni operative non presenti negli altri campi: aziende già contattate, partner esistenti, requisiti indispensabili, disponibilità private label ed eventuali aspetti da approfondire. Distinguete condizioni vincolanti da preferenze.

Controllo prima della condivisione

- Prodotti e priorità sono chiari e coerenti con il catalogo.
- Paesi, ruolo del partner e clienti finali sono distinti.
- Requisiti indispensabili, preferenze ed esclusioni sono espliciti.
- Le informazioni mancanti sono segnalate e da integrare con il consulente.