

Agencias para Embarques Internacionales

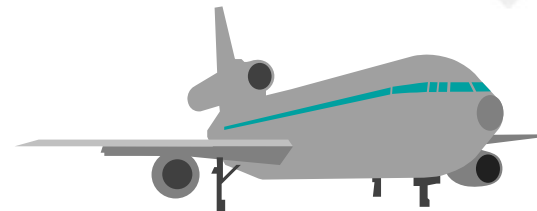


- ◆ **Transportista de fletes internacionales**

Son agentes internacionales especializados en el movimiento de mercancías.

- ◆ **Agente de aduanas**

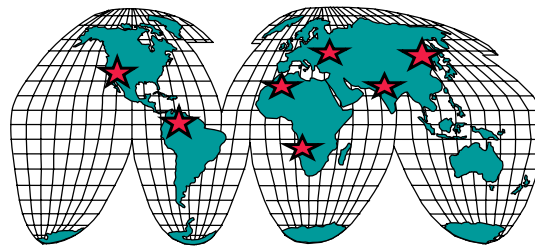
Tiene la autoridad de librar los productos de importación en la aduana y proceder a su traslado.



Almacenamiento Internacional



- ◆ Ubicación del almacén
- ◆ Capacidad y disponibilidad
- ◆ Infraestructura
- ◆ Optimización del sistema logístico



Embalaje Internacional

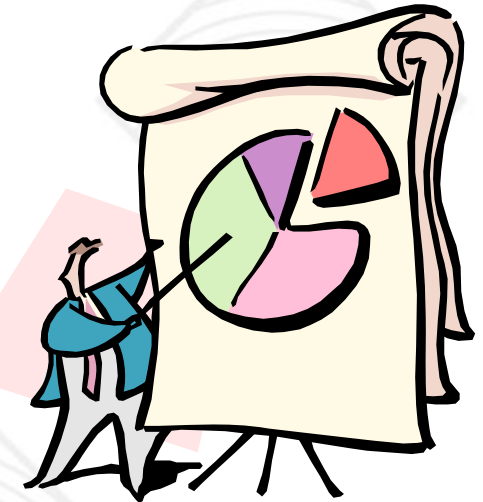
- ◆ Protección de los contenidos
- ◆ Diseño de empaque para almacenamiento
- ◆ Peso (sobre todo en avión)
- ◆ Instrucciones para el consumidor
- ◆ Facilidades en el manipulado
- ◆ Embalajes adecuados para mercancías peligrosas
- ◆ Condiciones del entorno
- ◆ Posibilidad de reciclado
- ◆ Protección del medio ambiente

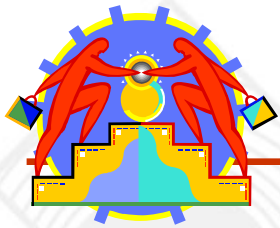


MARKETING INTERNACIONAL

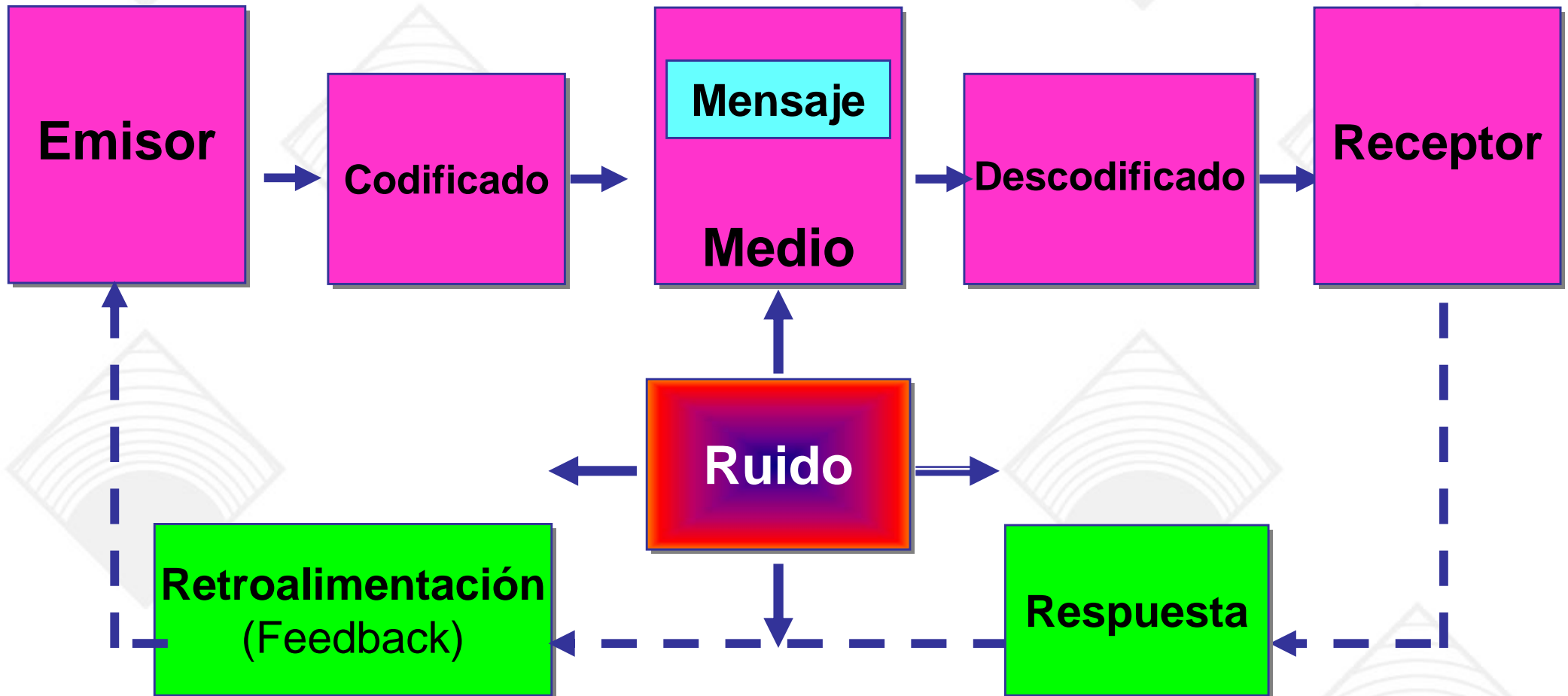


Estrategias de Comunicaciones Internacionales





El Proceso de la Comunicación



Herramientas de la Comunicación



Publicidad

Anuncios (TV, prensa, radio, Internet) material impreso

Promoción de ventas

Ofertas de precios, Descuentos, obsequios, sorteos

Relaciones Públicas

Ferias, patrocinios, notas de prensa

Venta Personal

Presentaciones Personales

Marketing Directo

Comunicaciones personalizadas con consumidores

Medios de Comunicación Globales



- ◆ Existen medios impresos con cobertura global con ediciones en diferentes idiomas y contenidos.
- ◆ Emisoras de radio y televisión internacionales e Internet
- ◆ Características relevantes de los medios globales
 - Gran cobertura
 - Editorial compatible con el cliente
 - Calidad editorial
- ◆ ¿Quién se anuncia en los medios globales?
 - Compañías aéreas, servicios financieros, telecomunicaciones, industria automovilística, empresas tabacaleras

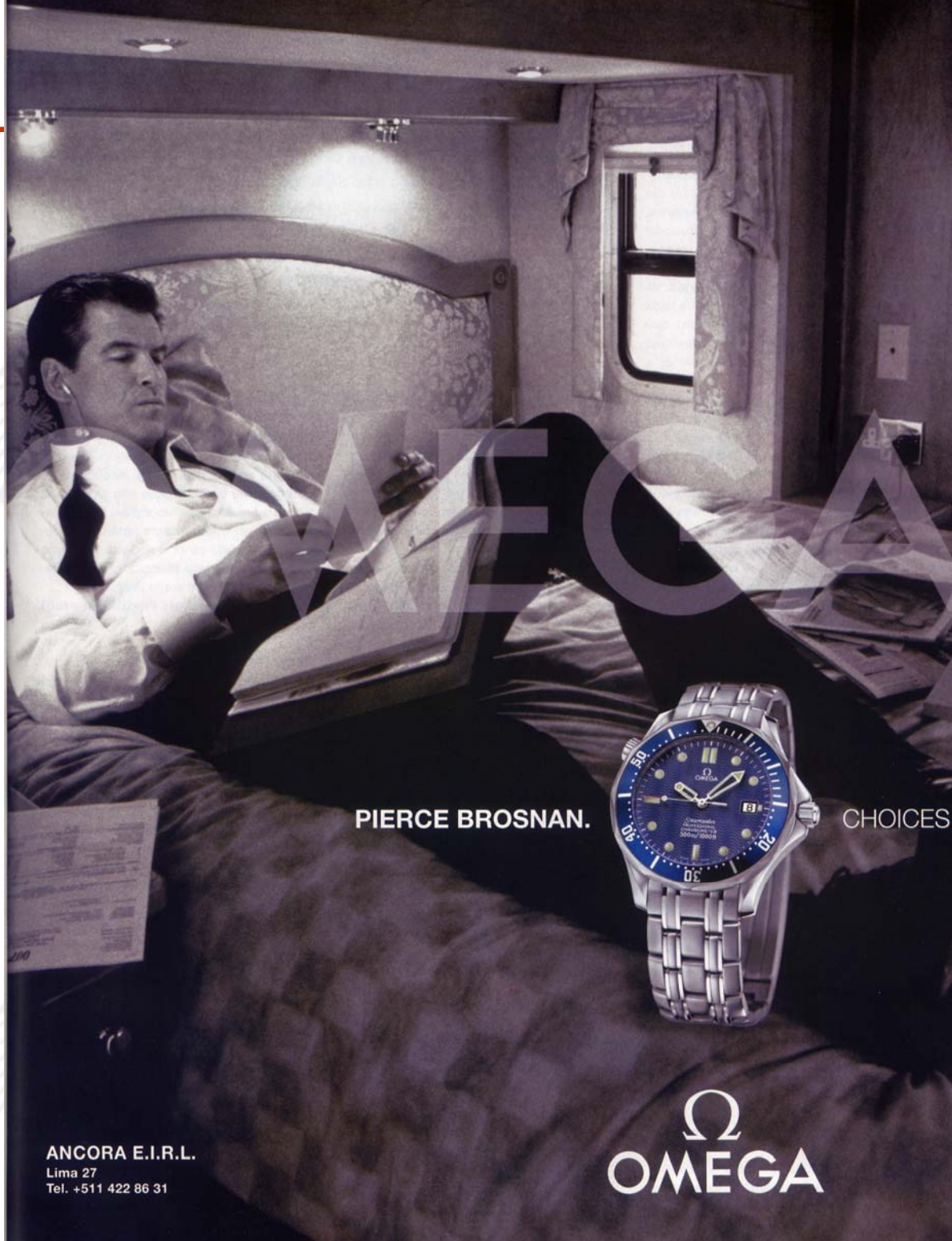


Características de la Audiencia Internacional



- ◆ La estrategia es llegar al público / audiencia meta con la mínima desviación.
- ◆ El Gerente de Marketing necesita saber
 - La distribución de medios (número de copias)
 - La composición de la audiencia
 - La publicidad que se hace
 - Percepción de la publicidad
 - Respuesta del consumidor





PIERCE BROSNAN.

CHOICES.


OMEGA

ANCORA E.I.R.L.
Lima 27
Tel. +511 422 86 31


PROMPEX
PERU
Comisión para la Promoción de Exportaciones


IMAITEC
Consultores

Ferias



- ◆ Ferias
- ◆ Misiones comerciales
- ◆ Seminarios
- ◆ Exhibiciones por Videos y catálogos
- ◆ Existe más de 16.000 ferias que generan anualmente \$50.000 millones de negocios en todo el mundo.



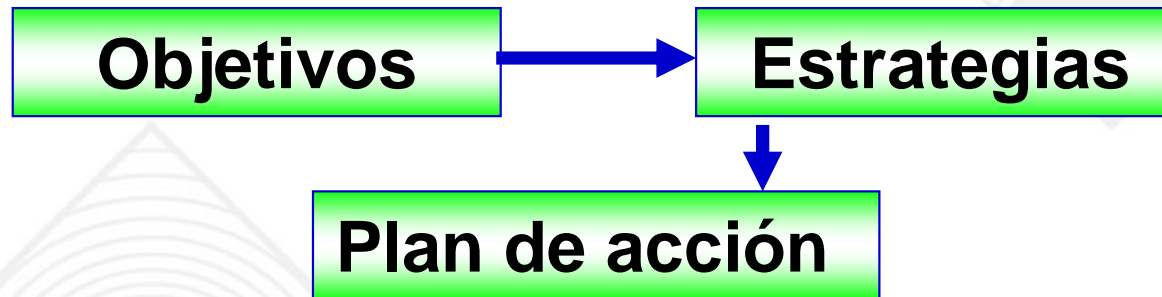
Participación en Ferias



- ◆ Exposición de productos y servicios
- ◆ Hacer contactos
- ◆ Oportunidad de encontrar a un intermediario
- ◆ Posibilidad de reunirse con funcionarios gubernamentales
- ◆ Buena opción para estudiar el mercado y obtener información de la competencia.
- ◆ Identificación de las ferias idóneas
- ◆ Estudiar los costos de participación
- ◆ Optimización de la participación



Plan de Marketing



Acción	Responsable	Presupuesto	Timing
Acción I			
Acción II			
Acción N			

Retorno de la inversión (ROMI) Inversión versus facturación

Plan de Marketing Internacional

