

Lexport manager tra competenze e passione

scritto da Alice Alberti | 8 Febbraio 2017



In poco meno di un'ora e mezza Alessio Gambino, CEO di IBS Italia Srl – International Business Strategy e fondatore di Exportiamo.it, ha dato, ai nuovi studenti del Master in Wine Export Management e a tutti i presenti giovedì scorso al Palazzo della Ricerca della Fondazione Mach, una panoramica concisa e al tempo stesso precisa e completa di cosa voglia dire essere un professionista dell'export oggi e quali sfide ci si deve preparare ad affrontare.

Gambino ha esordito premettendo che l'export vinicolo ha delle caratteristiche ben specifiche che lo rendono una materia a se stante nel panorama generale dell'export. Ciononostante il ruolo e gli obiettivi dell'Export Manager non cambiano.

Qual è la qualità che non deve mai mancare ad un Export Manager? “La passione è il motore senza il quale non potremmo fare ciò che facciamo” ha affermato il CEO di IBS Italia. “Questo lavoro è forse uno dei più difficili che si possano scegliere oggi. Richiede capacità operative, analitiche e relazionali. Molto spesso ti trovi a lavorare più di 12 ore al giorno e altrettanto spesso capita che ti venga chiusa la porta in faccia. In questi casi bisogna sapere incassare il colpo e andare avanti” ha continuato Gambino. Apprendere le tecniche di negoziazione è fondamentale, ma soprattutto è fondamentale “iniziare a sbagliare”. Solo così ci si può migliorare.

Parlando ad un livello più generale, si è detto come la conoscenza del commercio internazionale, fatto di trend specifici e di mercati complessi, è legata a doppio filo alla professione di chi si occupa di export. Per questo motivo è pericoloso per un'azienda spostare chi si occupa del commerciale a livello nazionale verso l'export, senza che gli vengano forniti gli strumenti adeguati.

Il processo di internazionalizzazione è ormai una realtà con cui tutte le aziende, anche quelle di piccole e medie dimensioni, devono fare i conti per diversificare il rischio d'impresa. Tuttavia molto spesso mancano le risorse, non tanto finanziarie quanto organizzative.

L'analisi dei dati è sempre importante, in qualsiasi momento del processo, tanto più in fase preliminare, quando alle valutazioni macroeconomiche (quale contesto geografico approcciare) si aggiungono valutazioni microeconomiche (qual è la situazione della singolo mercato locale in cui inserirsi). E allora, come si sceglie un mercato target? I criteri di selezione sono due: attrattività (dimensioni, domanda interna etc.) ma soprattutto accessibilità (barriere doganali, barriere fisiche, rischio paese etc.).

Analizzare il mercato, capire dove andare e iniziare a commerciare purtroppo non bastano, secondo Gambino. Bisogna

controllare l'intera filiera, anche una volta che la merce è "arrivata a destinazione", ossia è stata consegnata al distributore. In realtà l'iter non è affatto finito, ma continua verso il consumatore finale e per questo è necessario verificare l'operato del distributore. In sostanza il mercato va monitorato giorno per giorno e la presenza sul campo è di estrema importanza. Questo permette anche di capire in tempo reale quale sia il polso del mercato.

"Le aziende italiane sono tradizionalmente legate innanzitutto al prodotto e ciò impedisce loro di essere ricettive verso quanto accade nella parte terminale della catena, la parte della distribuzione e della vendita, proprio quella che sta vivendo i maggiori cambiamenti negli ultimi anni" ha raccontato l'esperto.

"L'export italiano purtroppo manca ancora in larga parte di quella mentalità e cultura d'impresa che ci permetterebbe di sfruttare appieno il nostro immenso potenziale. Basti pensare che il 60% delle piccole e medie imprese che si definiscono internazionalizzate esportano per un fatturato inferiore ai 75.000 € annui. La strada è ancora lunga, ma il primo passo verso la crescita è quello di investire in risorse interne, risorse umane" ha continuato.

Ecco che torniamo dunque alla figura dell'Export Manager, ovvero colui che ha il compito di analizzare, pianificare, attuare e monitorare il piano di export aziendale. Quali devono essere dunque le caratteristiche di un bravo Export Manager: "Determinazione, intuizione e curiosità. Ma soprattutto una gran passione per quel che si fa" ha concluso Gambino.