

MARKETING INTERNACIONAL

O PASSAPORTE PARA CONQUISTAR NOVOS MERCADOS NO MUNDO

PLANEJAR A ENTRADA NO MERCADO

É preciso planejar a entrada nos mínimos detalhes, ainda mais em outro país. Por isso, o plano de marketing voltado ao mercado internacional terá que ser impecável.

O ponto de partida é começar definindo o que pretende alcançar com a expansão internacional do negócio e como vai medir o sucesso de cada objetivo.

Escolher as estratégias adequadas, desdobrando o plano em metas com prazos e responsabilidades bem definidos.



ANALISAR A CONCORRÊNCIA LOCAL

A análise da concorrência mostra o que está funcionando no mercado-alvo e fornece informações valiosas sobre as práticas do setor.

Para conduzir essa avaliação, deve se levantar todos os dados possíveis sobre concorrentes diretos e indiretos, mapeando suas estratégias de preço, promoção, distribuição e divulgação, comparar o desempenho e resultados das empresas, identificando as mais lucrativas e seus diferenciais.



ADEQUAR A LINGUAGEM UTILIZADA PARA CADA PAÍS

Para além do idioma, é necessário adaptar a linguagem utilizada nas comunicações em cada país. Isso inclui a adequação do vocabulário, uso de expressões e referências regionais e o ajuste do tom de voz da marca.



ENTENDER OS DIFERENTES HÁBITOS

Os hábitos de consumo mudam radicalmente de uma cultura para a outra, é preciso entender como o público-alvo se comporta no mercado-alvo.

Para além da composição, é preciso entender como é a jornada de compra dos consumidores estrangeiros e o que motiva suas escolhas.

Além disso, é fundamental conhecer aspectos religiosos e sociais para respeitar as tradições dos consumidores e não infringir nenhum código moral.



ALINHAR AS ESTRATÉGIAS USADAS EM TODOS OS PAÍSES

O marketing internacional coerente deve alinhar as estratégias utilizadas em todos os países, mesmo com as profundas diferenças.

Esse é um dos maiores desafios, pois é indispensável unificar a identidade global do negócio ao mesmo tempo em que personaliza ações para cada mercado.



ESTUDAR AS REGRAS INTERNACIONAIS DE ATUAÇÃO

Em termos burocráticos, o marketing internacional deve se adequar a todas as regras e legislações dos mercados-alvo. Além disso, também é preciso estar atento às leis sobre patentes e licenças, tratados internacionais e determinações de órgãos como a OMC (Organização Mundial do Comércio).



ENCONTRAR PARCEIROS E ALIANÇAS INTERNACIONAIS

Uma das formas mais inteligentes de entrar no mercado internacional é fechando parcerias com empresas, agências e consultorias do seu segmento.

Muitas empresas apostam na *joint venture*, que é uma fusão empresarial temporária que une empreendimentos para uma tarefa específica.

Outra forma de usar a colaboração é buscar parcerias com produtores de conteúdo, digital influencers, mídias, agências de publicidade e formadores de opinião em geral.



UTILIZE O PODER DO MARKETING DIGITAL

Pela internet, é muito mais fácil atingir seus novos consumidores, principalmente quando você ainda não domina as tendências locais.

E não se esqueça das mídias sociais, que têm um poder único de concentrar populações locais e segmentar seus públicos.

