



**“Com aconseguir més de 100 contactes  
comercials a nivell internacional  
mitjançant internet”**

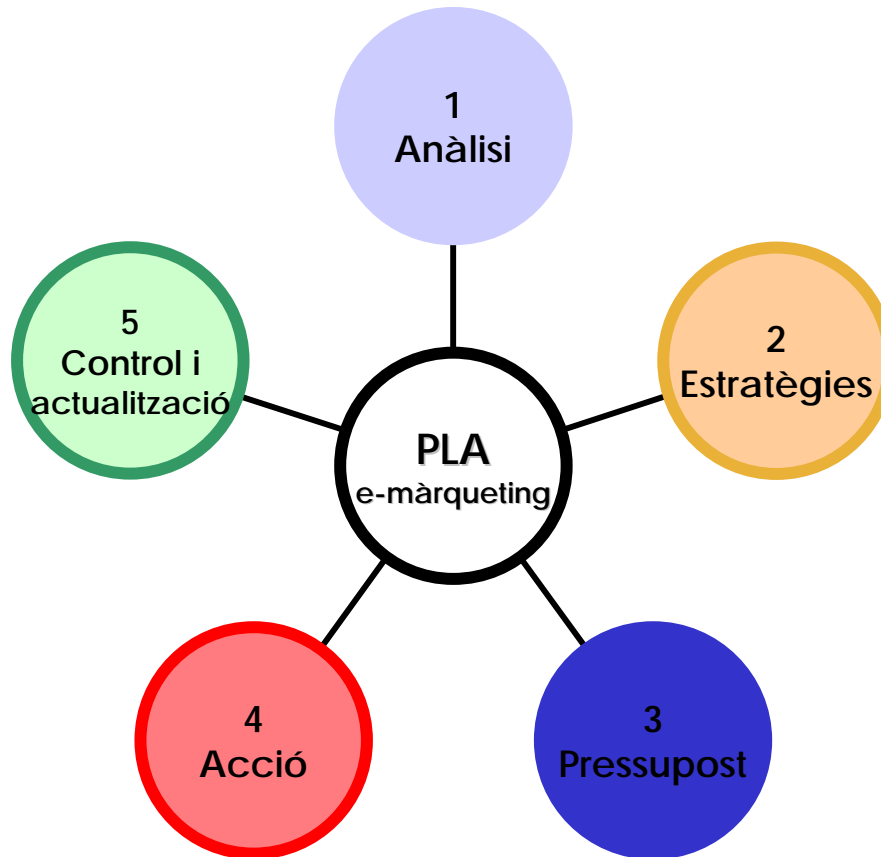
## 1er NIVELL: Anàlisi i estratègies

Hem de definir el pla de màrqueting on-line, d'acord a l'estratègia d'internacionalització de l'empresa.

## 2on NIVELL: Acció

Una vegada definit el pla hem de realitzar les accions promocionals i publicitàries corresponents.

## Visió del Pla de màrqueting on-line (e-màrqueting)





1  
Anàlisi

Punts clau

Situació de l'empresa (DAFO)

Situació del sector

Situació de la competència

Situació del producte

Situació del e-consumidor



2

Estratègies

## Punts clau

Missió de l'empresa

Objectius

Segmentació del mercat

Posicionament

Definició de les accions i  
campanyes



3

Pressupost

## Punts clau

Recursos Humans

Tarifes publicitàries

Inversió en promocions

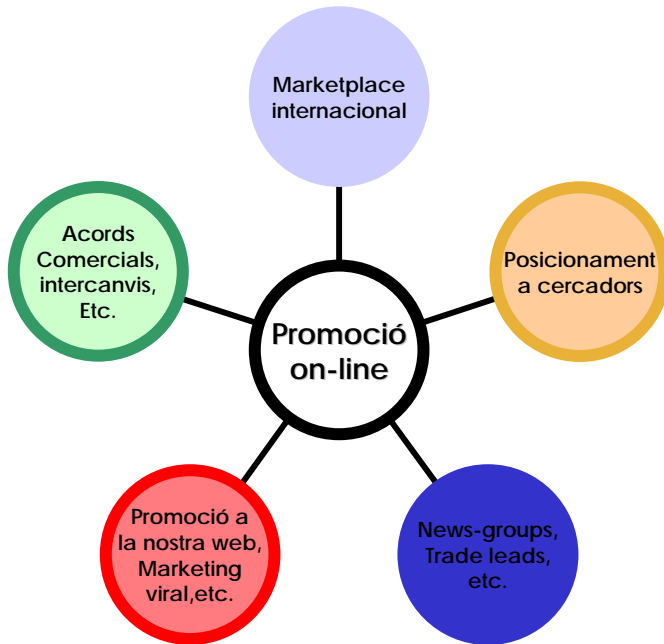
Informació de valor afegit

Adaptacions tècniques

**4  
Acció**

**Visió global d'accions d'e-màrqueting.**

*Punt de vista de l'empresa internacional*





5

Control i  
actualització

## Punts clau

Eines de control i mesura

Política d'actualització

Seguiment del e-consumidor

Retorn de la inversió

## Conclusions

- Hem de definir el nostre **pla de màrqueting** d'acord a les **estratègies d'internacionalització**.
- Disposem **d'eines** publicitàries i promocionals **molt útils i poc costoses**.
- És **indispensable** la presència **activa** d'una empresa internacionalitzada a Internet.

Gràcies per la vostra atenció

Víctor de Francisco  
[vdf@reexporta.com](mailto:vdf@reexporta.com)



... i us convidem al nostre club, per a **pensar** en Comerç Exterior.

Visiteu: <http://www.reexporta.com/>  
<http://www.infoexport.net>