

Designação do projeto | Mais internacionalização NORTEMPRESA, YDENTIK e AIRQUALITY

Código do projeto | NORTE-02-0752-FEDER-020691

Objetivo principal | OT 3 - Reforçar a competitividade das pequenas e médias empresas

Região de intervenção | Braga

Entidade beneficiária | Nortempresa, Lda.

Data de aprovação | 17-02-2017

Data de início | 16-05-2016

Data de conclusão | 15-05-2019

Custo total elegível | 253.915,09 euros

Apoio financeiro da União Europeia | FEDER | 109.820,74 euros | FSE | 6.908,30 euros

Descrição do Projeto:

O plano de internacionalização compreende uma abordagem de promoção da oferta em mercados já existentes e novos mercados, optando pela promoção por um lado das marcas próprias YDENTIK e AIRQUALITY e por outro lado da marca corporativa NORTEMPRESA na perspetiva de fabricante de perfumes para private label.

O plano está estruturado com um conjunto de atividades tendentes à melhoria da promoção da oferta, melhoria do posicionamento da nova oferta no mercado, sobretudo para sinalizar ao mercado das novas capacidades induzidas pela capacidade de fabrico de perfumes e fragrâncias personalizadas para o novo dispersor de fragrâncias, constituindo uma inovação de marketing para a empresa. De entre as atividades do plano de internacionalização, destaque para:

- ações de promoção da oferta em feiras de internacionais de franchising e da especialidade (perfumes, cosmética e marketing);
- ações de prospeção a mercado internacionais (México e Tunísia);
- campanhas de marketing transversal a vários mercados, incluindo contratação de assessoria mediática para publireportagem em publicações de imprensa escrita, ações de marketing digital e comunicação digital através da melhoria do design e funcionalidades do website da empresa, inserção e otimização de motores de busca bem como registo em plataformas e base de dados de cosmética e franchising
- contratação de 1 novo quadro qualificado para o desempenho de funções na área comercial / internacionalização.

Objetivos:

A estratégia subjacente ao projeto NORTEMPRESA assenta na progressiva internalização de processos na sua cadeia de valor, de forma a assegurar um melhor controlo sobre a produção de fragrâncias e sua distribuição.

Neste contexto, as ações integradas de investimento tecnológico / processos e de dinamização de mercados internacionais delineadas para os próximos dois anos estão alinhadas com o cumprimento dos seguintes objetivos estratégicos:

A. PERSPETIVA DOS PROCESSOS / COMPETÊNCIAS CRÍTICAS

- Aumento da capacidade produtiva e ganho de escala dimensional
- Maior flexibilidade produtiva e capacidade de resposta às solicitações da procura

B. PERSPETIVA DOS MERCADOS

- Consolidação das relações de parceria com os clientes da rede de distribuição atual (B2B);
- Alargamento dos mercados geográficos de atuação;
- Penetração em mercados de maior valor acrescentado, de maior poder de compra.

C. PERSPETIVA FINANCEIRA

- Melhorar os níveis de rentabilidade das vendas e dos capitais investidos
- Garantir o equilíbrio financeiro do negócio

Atividades:

- Participação em feiras internacionais de franchising e da especialidade (perfumes, cosmética e marketing), nomeadamente, na Expofranquicia – Espanha, Polish Franchise Expo 2016 – Polónia, Cosmoprof – Itália e BEAUTYWORLD MIDDLE EAST DUBAI
- prospeção para a captação de novos clientes com a visita ao mercado do México e Tunísia, para estabelecimento de contactos com potenciais clientes e/ou potenciais proscritores da oferta NORTEMPRESA nesses mercados (franchisados);
- Dinamização da presença da empresa na economia digital, através dos novos sites das marcas YDENTIK e AIRQUALITY, e da plataforma B2B da NORTEMPRESA, e indexação em diretórios e motores de busca e produção de conteúdos para distribuição via canais digitais no contexto de um plano de marketing digital;
- Desenvolvimento de campanhas de marketing internacional através da contratação de assessoria mediática para publipreportagem em publicações de imprensa escrita;
- A Introdução de novos métodos nas práticas comerciais e nas relações externas através da contratação de 1 novo quadro qualificado para o desempenho de funções de contacto direto com potenciais clientes e parceiros, em mercados externos, bem como, fazer o follow up sistemático das várias atividades de promoção e prospeção previstas para os próximos 2 anos, que resultaram de um refletido exercício de diagnóstico e planeamento.

Resultados esperados:

- Atingir um Volume de Negócios de 1,53 milhões de euros

- Exportar acima de 36% da produção, para mercados externos, com maior predominância para os mercados de Espanha, Irlanda, Angola, França, Suíça, Itália, Polónia, Brasil, México, Emirados Árabes Unidos e Jordânia;

