

REEXPORTA
Think About Export, s.l.



**SERVICIOS DE APOYO
A LA
INTERNACIONALIZACIÓN**

REEXPORTA
Think About Export, s.l.
C/ Herrera, 70 Mod. 5
ES08301 – Mataró (BARCELONA)
Tels. +34 937905946
Fax. +34 937575285

e-mail: info@reexporta.com
<http://www.reexporta.com/>
<http://www.infoexport.net>

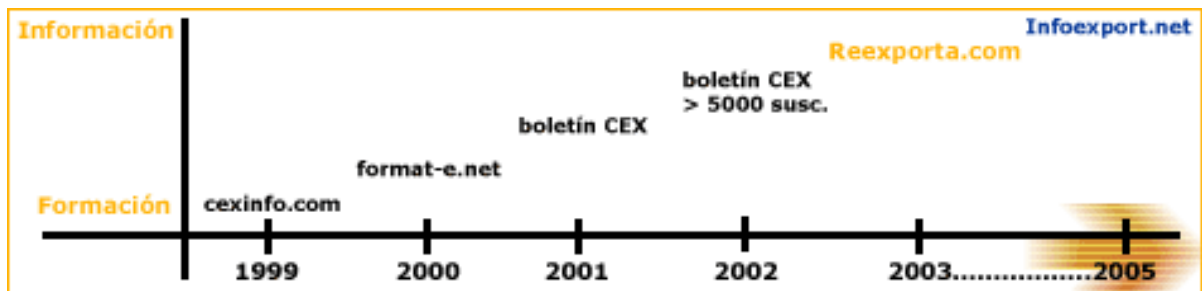
Contenido:

INFORMACIÓN CORPORATIVA	2
<i>Nuestra Historia</i>	2
<i>Nuestra misión</i>	3
<i>Dónde estamos</i>	3
<i>Socios comerciales</i>	4
<i>Organismos de apoyo al exportador que nos recomiendan:</i>	4
SERVICIOS EN INTERNET PARA EL EXPORTADOR	5
1. <i>Investigación de mercados internacionales</i>	5
2. <i>Análisis de competencia, y posicionamiento de marca internacional</i>	7
3. <i>Estrategias en Internet para empresas internacionalizadas</i>	8
4. <i>Campañas en buscadores internacionales y optimización de WebSites</i>	10
5. <i>Alertas de exportación</i>	11
6. <i>Formación in-company para empresas internacionales</i>	11

INFORMACIÓN CORPORATIVA

Nuestra Historia

Evolución, esto es lo que ha ocurrido. Más de 10 años en el mundo del comercio exterior nos ha llevado a evolucionar en nuevas formas de llegar al **exportador**. Las nuevas tecnologías y en especial Internet han abierto una nueva vía para ello.



Desde que en mayo de 1999 empezamos nuestra carrera en Internet con cexinfo.com, en Julio de 2000 seguimos con format-e.net y en Octubre de 2001 creamos el boletín de comercio exterior, todo ha sido una constante evolución.

El objetivo del boletín de comercio exterior era dar un valor añadido a nuestros usuarios, donde pudieran recabar información complementaria a su formación en comercio exterior.

Siempre pensamos, que este boletín sería de interés para el exportador. Cuando empezamos se suscribieron 15 personas (gracias a los primeros), y hoy en día son más de 7000 (gracias a los últimos). Sin duda, este hecho nos dio que pensar y estos fueron los orígenes de **Reexporta**.

Ahora nace **Infoexport.net (Think About Export, S.L.)** con el objetivo de dar servicio a la "gente de exportación" ofreciéndole **nuevas e innovadoras herramientas** que le ayudan en sus estrategias de **internacionalización**.

Nuestra misión

Think About Export, S.L. se orienta a reflexionar sobre el mundo del comercio exterior, y ayudar a la gente de exportación a través de las nuevas tecnologías.

Nuestra misión no es más que esa...motivar la reflexión y ayudar a la gente de exportación, ofreciéndoles recursos que le ayuden en el día a día del comercio internacional.

Dónde estamos

Nos encontrará en el centro tecnológico **TECNOCAMPUS** de Mataró (a 30km de Barcelona), con vistas a la costa del Maresme.



Dirección General.
Dirección Ejecutiva (Comercial, Técnica, Servicios Corporativos).

c/Herrera, 70 Mod.5
E08302 Mataró. BARCELONA
Tels. +34 937905946 / +34 937905976
Fax. +34 937575285



Socios comerciales

Las alianzas estratégicas es una de las bases de nuestro negocio. Actualmente mantenemos una estrecha relación con:

- **IDMercado**, especializada en servicios integrales de Comercio exterior.
- **VN International Marketing Group**, especializada en servicios de Marketing Internacional.

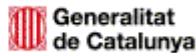
Organismos de apoyo al exportador que nos recomiendan:



Instituto de Comercio Exterior de España
([Enlaces de interés](#))



Consejo Superior de Cámaras
([Infoex camera!](#))



Consorci de Promoció Comercial de Catalunya
(COPCA)
([lexport](#))



Consell de Cambres de Catalunya
([Revista Comerç Exterior](#))



Cámaras de Comercio de Sabadell, Terrassa y
Manresa
([Boletín export@cció](#))

Y otros organismos y directorios como:

- [Asociación de Usuarios de Internet](#)
- [Guía Empresarial de ESADE](#)
- [Revista El Exportador](#)

SERVICIOS EN INTERNET PARA EL EXPORTADOR



1. Investigación de mercados internacionales

Podemos conseguir toda la información contenida en Internet de los mercados y sectores destino de sus exportaciones.

Objetivos que una empresa internacional puede llegar a conseguir con un estudio en Internet de mercados internacionales:

- Información actualizada para la selección de mercados internacionales.
- Descubrir la oferta y la demanda de su sector en un mercado potencial.
- Conocer todos los requisitos para acceder al mercado.
- Acceder a todas fuentes de información en Internet del país.
- Disponer de información fiable y actualizada para establecer estrategias de exportación.

Metodología

1. Utilizamos una metodología clara de **investigación de mercados internacional**, teniendo en cuenta las variaciones que implica este nuevo medio (ver gráfico).

2. Se utilizan las **nuevas tecnologías** para optimizar los procesos y llegar más rápidamente a la información.

3. **El resultado es un informe de mercado: SECTOR-PAÍS y/o PRODUCTO-PAÍS.**

Ejemplo del tipo de información que se recoge:

I. INFORMACIÓN DEL PAÍS

- Ficha técnica país-sector

II. DEFINICIÓN DEL SECTOR

- Delimitación del sector y clasificación arancelaria

III. ANÁLISIS DE LA OFERTA

- Tamaño del mercado, producción local e importaciones

IV. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

- Volumen, empresas y otros factores influyentes.

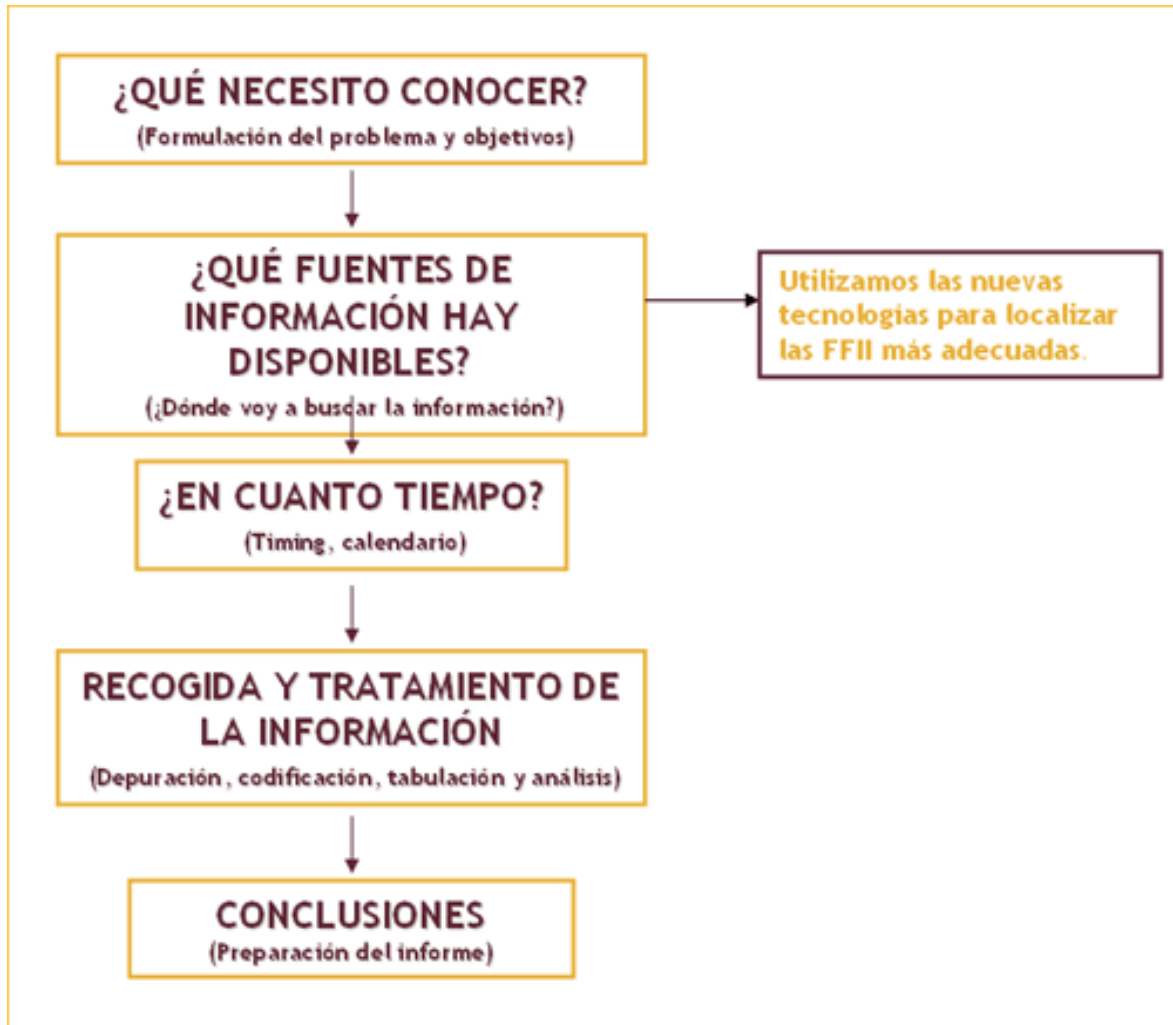
V. ACCESIBILIDAD AL MERCADO

- Trabas arancelarias y documentación.

VI. ANEXOS

- Empresas, ferias, publicaciones del sector, organismos y asociaciones, otras direcciones de interés.

Proceso de investigación de mercados por Internet:





2. Análisis de competencia, y posicionamiento de marca internacional

Podemos localizar los principales competidores en Internet para comparar y analizar su posicionamiento y estrategia, para posteriormente ayudarle a definir las suyas.

Podemos medir su imagen de marca, posicionamiento y popularidad en Internet, para poder establecer nuevas estrategias de internacionalización utilizando los canales digitales.

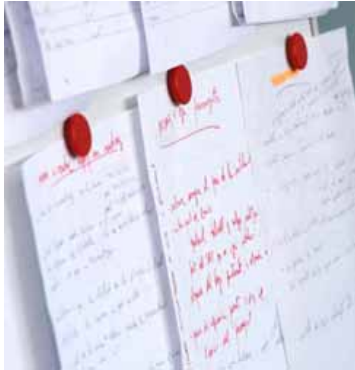
Metodología

1. Se busca y recoge los datos de presencia de las **empresas que compiten** en un sector, por palabras clave. Esta información se obtiene a través de paneles de usuarios en Internet, estadísticas evolutivas y ranking de posicionamiento.
2. Se analizan en profundidad y comparan sus características, y se confrontan con el posicionamiento de la empresa.
3. Se propone un plan de acción para superar a su competencia y mejorar su posicionamiento e imagen de marca internacional.

4. El resultado es un informe de competencia.

Ejemplo del tipo de información que se recoge:

- I. LOCALIZACIÓN DE DE LA COMPETENCIA
 - Ficha técnica de los 10 primeros competidores del sector en Internet.
- II. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA
 - Comparación de ranking, posicionamiento, popularidad de las empresas competidoras.
- III. POSICIONAMIENTO DE MARCA INTERNACIONAL
 - Análisis de la empresa en Internet y confrontación con su competencia.
- IV. CONCLUSIONES Y PLAN DE ACCIÓN
 - Conclusiones respecto al análisis competitivo.
 - Recomendaciones para superar en Internet a los competidores
 - Recomendaciones para mejorar el posicionamiento de marca internacional (plan de acción).



3. Estrategias en Internet para empresas internacionalizadas

Podemos realizar un plan de internacionalización a través de Internet que defina sus estrategias a corto y medio plazo para llegar al éxito en Internet.

Objetivos que una empresa internacional puede llegar a conseguir con una buena estrategia en Internet:

- ¿Cómo llegar a mis **potenciales clientes** de otros países rápidamente y a un coste comparativo muy bajo?.
- ¿Cómo puedo potenciar mi **imagen de marca** a nivel internacional?.
- ¿Cómo puedo controlar y mejorar la **rentabilidad** de la inversión en Internet?.
- ¿Cómo puedo **conseguir** que cuando un potencial cliente utilice un **buscador** me encuentre rápidamente?.
- ¿Cómo puedo conseguir aparecer entre las **10 primeras posiciones en Google**?
- ¿Cómo puedo controlar y **diferenciarme** de la **competencia** internacional?
- ¿Cómo puedo operar en los **mercados virtuales de Asia**?
- ¿Cómo puedo conseguir más de **100 contactos** internacionales **al mes** utilizando Internet?.

Metodología

1. La metodología que seguimos es la llamada 2BDigital, considerada como una "**best practice**" por la **Comisión Europea (DG Empresa)**. Se definen las siguientes fases o puntos de actuación:

- FASE 1: Definición de la visión internacional de la empresa.
- FASE 2: Definición del impacto de Internet en la empresa.
- FASE 3: Definición del plan de e-Marketing Internacional.
- FASE 4: Definición del plan de acción y mejora.

2. El resultado es un informe de estrategia en Internet.

Ejemplo del tipo de información que se recoge:

I. INTRODUCCIÓN

- Objetivos del proyecto y metodología.

II. DEFINICIÓN DE LA VISIÓN INTERNACIONAL DE LA EMPRESA

- Países de exportación y áreas preferentes de actuación:

III. DEFINICIÓN DEL IMPACTO DE INTERNET EN LA EMPRESA

- Análisis de la Web de exportación, establecimiento de las bases del marketing digital internacional.

IV. DEFINICIÓN DEL PLAN DE E-MARKETING

- **Análisis:** sector, competencia, cliente y producto.
- **Estrategias:** objetivos, segmentación y posicionamiento.
- **Presupuesto:** Inversión, recursos humanos, tarifas.
- **Acción:** definición de campañas internacionales.
- **Control:** Herramientas, política de actualización, retorno de inversión.

V. CONCLUSIONES Y PLAN DE ACCIÓN



4. Campañas en buscadores internacionales y optimización de WebSites

Podemos crear campañas en diferentes idiomas y diferentes países a través de Internet con el objetivo de captar a su cliente y/o potenciar su **imagen de marca** a nivel internacional, así como generar contactos.

Además optimizamos su WebSite de empresa para que los principales motores de búsqueda como **Google**, MSN, y Yahoo le indexen correctamente, y salga en las **primeras posiciones**.

Metodología

1. Definición de los **países preferentes de actuación**.
2. Definición de los medios, **palabras y conceptos clave del negocio** e idiomas.
3. Alta y puesta en marcha de las campañas publicitarias en Google, Yahoo, Msn, etc.
4. Control y seguimiento de la campaña **y retorno de inversión**.
5. **Optimización del WebSite** de acuerdo a los criterios básicos de indexación de los principales buscadores.

6. **El resultado es el inicio de campañas publicitarias en los principales motores de búsqueda del mundo y un informe mensual de seguimiento, que recoge:**

Ejemplo del tipo de información que se recoge:

I. FICHA TÉCNICA y DEFINICIÓN DE LA CAMPAÑA

- Focalización geográfica de la campaña, idiomas, presupuesto.
- Palabras y conceptos clave de negocio, grupos de anuncios, mensajes.

II. OPTIMIZACIÓN DEL WEBSITE

- Listado de criterios y puntos clave a mejorar en el WebSite.

III. CONTROL Y SEGUIMIENTO

- Rendimiento, costes, retorno de inversión.

IV. CONCLUSIONES Y PRÓXIMAS ACCIONES



5. Alertas de exportación

Think About Export es la **primera empresa española** que ha desarrollado un sistema de inteligencia de mercados, competencia y marca en Internet.

Utilizando el servicio de inteligencia la empresa obtendrá respuesta a las siguientes preguntas:

- ¿Qué está pasando en su sector en los países destino de sus exportaciones?
- ¿Qué está haciendo su competencia?
- ¿Dónde se habla de su empresa?

El servicio de inteligencia rastrea la Web buscando aquella **información** indispensable para la empresa internacional **utilizando las últimas tecnologías** de los motores de búsqueda internacionales.

Pruebe sin compromiso el nuevo sistema de inteligencia de exportación en www.infoexport.net.



6. Formación in-company para empresas internacionales

Podemos preparar a su departamento de exportación a conocer y aplicar correctamente las técnicas del uso de Internet en los procesos de exportación de las empresas.

Metodología

Puede encontrar y descargar nuestro catálogo con más de 20 seminarios en la siguiente URL:

<http://www.reexporta.com/catalogue/seminarios.zip>