

- ③ **Scenario: Coges SpA**, una società italiana di sistemi elettronici, aveva identificato il **Brasile come mercato obiettivo nel suo piano d'espansione internazionale**
- ③ **Progetto Fase 1:** BCS completò uno studio di mercato per verificare il potenziale del mercato brasiliano per i prodotti di **Coges**
 - Identificò ed analizzò i principali indicatori macroeconomici per l'attività del cliente
 - Intervistò clienti e distributori potenziali
 - Valutò i distinti canali di distribuzione
 - Analizzò i livelli di prezzo della concorrenza nazionale ed internazionale
 - Sviluppò un'analisi dei costi logistici (trasporto, dazi doganali ...) necessari per commercializzare il prodotto italiano
- ③ **Progetto Fase 2:** una volta verificato il potenziale del mercato e deciso l'entrata nel mercato brasiliano, BCS collaborò con **Coges** nella fase di lancio ed implementazione
 - Raccomandò la miglior forma d'entrata, dopo avere realizzato un'analisi di vari aspetti fiscali e legali
 - Definì il profilo ideale del candidato per sviluppare l'attività in Brasile
 - Svolse la ricerca locale e la selezione di tre candidati
 - Assunse direttamente il candidato selezionato da **Coges** per un periodo di prova di sei mesi
 - Fornì l'infrastruttura e i servizi di supporto necessari per lanciare immediatamente l'attività commerciale (*business center*)
 - Realizzò un'attività di supervisione locale con un reporting regolare verso l'Italia
 - Partecipò come esperto di settore nelle prime riunioni con potenziali clienti locali
- ③ **Risultato:** pochi mesi dopo aver identificato il Brasile come mercato potenziale, **Coges** cominciò ad operare nel paese con una struttura propria

