Assistenze Specialistiche Internazionalizzazione



CAMERA DI COMMERCIO MILANO MONZABRIANZA LODI

PROMOS ITALIA

LABORATORIO RICERCA PARTNER E TRATTATIVE INTERNAZIONALI:

10-17-24 novembre 2026

Il **Laboratorio Ricerca Partner e Trattative Internazionali** è un percorso di **15 ore** rivolto alle imprese che operano con l'estero e intendono acquisire un metodo strutturato per individuare nuovi clienti e partner internazionali e gestire in modo efficace e sicuro le diverse fasi della relazione commerciale, dal primo contatto alla negoziazione del contratto.

Il Laboratorio è concepito come un **programma integrato che combina competenze marketing e commerciali con aspetti legali e contrattuali**, ed è richiesta **la partecipazione a tutte e tre le fasi** (due sessioni online di 4 ore e una giornata in presenza di 7 ore).

Durante la giornata in presenza i partecipanti lavoreranno attraverso **esercitazioni e role playing** per preparare e gestire incontri B2B con operatori esteri e simulare una negoziazione commerciale, integrando gli aspetti commerciali con quelli legali e contrattuali.

Programma 10/11/2026 – ore 09.00 – 13.00

1° sessione online
Lo sviluppo di un programma di acquisizione clienti internazionali

Illustrare ai partecipanti le modalità per costruire un programma di acquisizione clienti in ambito internazionale secondo la metodologia Sales Funnel, integrata con le moderne tecniche del marketing digitale. Verrà data particolare importanza anche alla predisposizione degli strumenti per presentarsi al meglio ai nuovi clienti.

- Come impostare un programma di ricerca partners efficace: scelta della tipologia di cliente, definizione degli obiettivi e pianificazione operativa
- Le 4 fasi tipiche per acquisire un cliente a partire da una lista di nominativi
- Come trovare i nominativi dei clienti potenziali, acquisire informazioni e costruire un data base efficace
- Come presentarsi al cliente potenziale: approfondimento sulla strategia di comunicazione e sugli strumenti da utilizzare
- Come sviluppare il rapporto con il Buyer alimentando il suo interesse
- L'emissione dell'offerta: tempistiche, aspetti formali, condizioni commerciali da inserire
- Il follow up delle offerte: tempistiche e attività da svolgere

Programma 17/11/2026 – ore 09.00 – 13.00

2° sessione online
Conoscere e negoziare un contratto internazionale

Illustrare ai partecipanti la struttura di un contratto di vendita e distribuzione, identificare le clausole principali e predisporle in funzione del piano commerciale dell'azienda per operare sui mercati esteri.

- Generalità sui contratti internazionali e influenza del piano commerciale sulle scelte che riguardano i contratti
- Rischi tipici da gestire della vendita e della distribuzione internazionale di prodotti e servizi
- Come tutelare le trattative precontrattuali: verifiche preliminari sul partner ed accordi per regolare le negoziazioni (Non Disclosure Agreements, Letter of Intent e Memorandum of Understanding)
- Vendita dall'Italia – legge applicabile
- Come strutturare il contratto di vendita internazionale per fare affari in sicurezza con i partners esteri: legge applicabile e clausole must have
- Vendita dall'Italia tramite agenti e distributori
- Focus su agenti e distributori: legge applicabile e regole locali alle quali porre attenzione
- Come strutturare il contratto di distribuzione e di agenzia internazionali con i partner esteri: clausole di base

Programma 24/11/2026 – ore 09.15 – 17.15

3° sessione in presenza presso sala Conferenze – Camera di Commercio di Milano, via Meravigli 9/b

Il laboratorio ha l'obiettivo di far sperimentare ai partecipanti metodologia e tecniche collaudate per incontrare i buyer esteri e condurre negoziazioni commerciali in ambito internazionale. La presenza simultanea dei due docenti consentirà ai partecipanti di integrare le competenze in ambito marketing/commerciale e in ambito legale/contrattuale in modo pratico e immediato.

Prima parte
dalle ore 09.15 alle ore 13.15

- Le esigenze dei buyer e le modalità di scelta/valutazione di un nuovo fornitore
- La struttura di un incontro B2B: fasi, tempi e modalità attuative
- La gestione dell'incontro con il buyer: regole di comportamento, suggerimenti utili ed errori da evitare sia in ambito commerciale che in ambito contrattuale
- Role playing 1: esercitazione pratica con creazione della check list con domande e proposte (sia commerciali che legali/contrattuali) da fare al buyer durante un incontro B2B

Pausa
dalle ore 13.15 alle ore 14.15

Seconda parte
dalle ore 14.15 alle ore 17.15

- Il processo negoziale: fasi e articolazione di una negoziazione
- La fase della preparazione: come prepararsi alla negoziazione con metodo
- Lo studio delle forme contrattuali da utilizzare per la negoziazione e delle principali clausole da trattare
- Le modalità per fare concessioni e per raggiungere l'accordo
- Role playing 2: esercitazione pratica con simulazione di una negoziazione commerciale finalizzata alla stipula di un contratto di compravendita internazionale
- Q&A

Esperti: Gianfranco Lai, Marcello Mantelli

Perché partecipare?

Partecipare al Laboratorio per acquisire metodi e strumenti pratici per ricercare nuovi clienti e partner sui mercati internazionali, gestire efficacemente gli incontri B2B e affrontare le trattative commerciali con maggiore consapevolezza degli aspetti commerciali e contrattuali.

Destinatari

Imprese con sede legale/operativa nelle province di Milano, Monza Brianza, Lodi.
Il Laboratorio non è rivolto a coloro (imprese o liberi professionisti) che svolgono attività di formazione e/o consulenza di impresa nell'ambito tematico relativo a questa assistenza specialistica.

Informazioni

Le modalità per accedere al webinar saranno comunicate ai singoli partecipanti.

Le iscrizioni si chiuderanno il 3 novembre 2026.
Promos Italia scrl – Tel. 02.8515 5219 obiettivoestero@mi.camcom.it