



"A Número Sensação Lda apresentou uma candidatura ao Sistema de Incentivos "Vales Internacionalização", do Programa Operacional do Centro tendo sido a mesma aprovada com um custo previsto total de 20.000,00€ e cujo apoio se prevê ser de 15.000,00€.

O projeto tem uma duração de um ano e corresponde à tipologia "Prospecção e presença em mercados internacionais (Prospecção e captação de novos clientes)"

Justificação do projeto:

A Número Sensação, Lda tem como "target" um mercado com clientes que procura madeiras transformadas muito específicas (freixo, choupo e carvalho).

O critério de escolha do mercado foi medido pelo seu potencial mas será aperfeiçoado. Aqui, a Número Sensação irá realizar uma análise PESTEL tendo em conta principalmente os níveis de necessidades registadas pelo país e a sua situação económica. Por outro lado, será tido em conta o número de pedidos de informação sobre a madeira vindos desse mercado e as suas visitas ao website a desenvolver.

Após investimentos em estudos e pesquisa de mercado, a Número Sensação começará por internacionalizar-se através de exportações esporádicas para países europeus mais próximos como França, Reino Unido, Bélgica e Dinamarca.

À medida que forem tendo um maior grau de envolvimento nesses mercados, pretende-se começar a exportar de forma regular, tanto diretamente para o consumidor final, como indiretamente através de agentes e distribuidores.

Enquadramento do projecto: Segundo dados do INE, a venda de Madeira e Cortiça representou 3,2% do valor das exportações nacionais.

Para contribuir para o aumento da exportações e internacionalizar o seu negócio a Número Sensação pretende seguir os seguintes 6 passos:

1 - CONHECIMENTO DO MERCADO - Saber onde investir no mercado. Conhecer as revistas, os designers, arquitetos, as grandes empresas que fazem projetos de arquitetura e de interiores, opinion leaders, as melhores lojas, resultando na construção de um relatório onde figurarão os TOP Players do respetivo mercado.

Cofinanciado por:



UNIÃO EUROPEIA  
Fundo Europeu  
de Desenvolvimento Regional

2- GERIR AS BASES DE DADOS - Construir uma plateia, Angariando novos contactos, em que esta seja suficiente forte para atingir o mercado, o foco da gestão desta BD estará na recolha de contactos de decisores dentro dos TOP identificados.

3 - CONHECIMENTO DO PRODUTO - Para uma melhor aproximação aos mercados é vital o conhecimento daquilo que estamos a introduzir no mercado, conhecer bem as marcas desde os materiais aos preços, coleções e respetivas peças.

4 - MENSAGEM - Construir a marca na cabeça dos diferentes públicos, adaptar o conteúdo/discurso da mensagem ao receptor que queremos atingir, ou seja a mensagem para uma loja nunca poderá ser a mesma para um interior designer ou arquiteto, porque aquilo que cada stakeholder quer ouvir é diferente, deverá ser considerado a personalização da mensagem à língua local.

5 - CANAIS WEB - Selecionar os canais estratégicos para difundir a mensagem sejam eles online, como as redes sociais, ou offline, como parcerias, feiras, telefonemas, envio de postais

6- TÁTICA (PUSH AND PULL MARKETING) - Desenhar localmente a melhor tática para atingir os TOP identificados usando a mensagem e os canais Web. Esta tática deverá ser definida para por um lado, ir de encontro aquelas que queremos alcançar e por outro lado sermos encontrados por aqueles que estão à procura de produtos iguais aos nossos mas que ainda não nos conhecem.

Descrição do projeto

A "Número Sensação" tem o seguinte Objetivo estratégico:

1. Captação de novos clientes com recurso a nichos de mercado do segmento das madeiras, madeira de freixo, madeira choupo, madeira de carvalho. Madeira esta transformada em tábuas e barrotes ou seja de valor acrescentado.

2. Oferecer um leque de serviços e produtos de excelência e qualidade aos seus clientes;

De modo a atingir os objetivos acima indicados a "Número Sensação" pretende implementar um Projeto de Internacionalização que permita não apenas conhecer o perfil e as necessidades dos clientes estrangeiros como também realizar ações de divulgação externas em países como a França, Reino Unido, Bélgica e Dinamarca)

RESULTADOS ESPERADOS:

1. VENDAS - 55.000,00€

2. NÚMERO DE CLIENTES - 5 clientes estrangeiros no final do ano

3. QUOTA DE MERCADO - 10% no mercado externo face ao nacional

Cofinanciado por:



UNIÃO EUROPEIA

Fundo Europeu  
de Desenvolvimento Regional