

[https://www.ilmeteo.it/notizie/italia/da-exportusa-consigli-per-entrare-con-successo-in-mercato-americano-583047?refresh\\_cens](https://www.ilmeteo.it/notizie/italia/da-exportusa-consigli-per-entrare-con-successo-in-mercato-americano-583047?refresh_cens)

The screenshot shows the website interface with a navigation bar at the top containing links like Home, Previsioni, Situazione, Video, News, Viabilità, Venti e Mari, Estate, Mappe, Mobile, Community, Business, and Contatti. Below the navigation bar is a search bar and social media icons. The main content area features a news article with the headline "Da ExportUSA consigli per entrare con successo in mercato americano" and a sub-headline "Roma, 8 set. (L'Espresso) - L'America è, senza dubbio, il paese dove si formano le tendenze che pervaderanno il resto dell'economia mondiale. Gli Stati Uniti sono un mercato con un forte potenziale, ma con molte peculiarità. Un mercato che, se affrontato in maniera improvvisata e superficiale, può provocare danni difficilmente reversibili." An image of people working at a computer is also visible. To the right of the article is a sidebar with flight prices for routes like Bologna - Milano, Bologna - Milano Centrale, Milano - Bologna, Bologna - Roma Termini, and Milano Centrale - Roma Termini, with prices ranging from €9,90 to €29,90.

## Da ExportUSA consigli per entrare con successo in mercato americano

L'America è, senza dubbio, il paese dove si formano le tendenze che pervaderanno il resto dell'economia mondiale. Gli Stati Uniti sono un mercato con un forte potenziale, ma con molte peculiarità. Un mercato che, se affrontato in maniera improvvisata e superficiale, può provocare danni difficilmente reversibili.

"Dobbiamo - dichiara Lucio Miranda, presidente di ExportUSA - farcene una ragione: i confini tra i paesi, soprattutto quando si parla di prodotti, sono sempre meno marcati. E, perché un business abbia successo, deve avere una strategia export ben definita. Gli Stati Uniti offrono (e offriranno sempre di più nei prossimi anni) un'enorme opportunità che le aziende italiane devono essere in grado di cogliere".

"E proprio per fornire a tutti gli imprenditori alcuni strumenti indispensabili per approcciare, nel modo corretto, questo mercato abbiamo deciso di proporre un corso al termine del quale tutti i partecipanti avranno acquisito una visione strategica d'insieme sul mercato Stati Uniti e appreso le nozioni tecniche di base che servono per impostare correttamente l'ingresso sul mercato americano".

**ExportUSA**  
per vendere negli stati uniti

E ExportUSA ha stilato un vero e proprio decalogo per chi intenda muovere i primi passi verso gli Stati Uniti.

1. Il mio prodotto va bene per il mercato americano? È fondamentale avere un prodotto adatto per il mercato a cui ci rivolgiamo. Non è detto che se ha avuto successo in Italia, debba averlo necessariamente anche oltre oceano.
2. Chi sono i miei concorrenti diretti? Non possiamo pensare di entrare in un mercato straniero senza conoscerlo a fondo e senza sapere chi sono i nostri competitor, i loro punti di forza e i loro punti di debolezza.
3. Quale è il prezzo di riferimento? Scegliere il prezzo di vendita sbagliato può essere fatale. È importante avere una strategia ben definita e conoscere i prezzi medi di vendita dei prodotti simili per evitare di essere fuori mercato.
4. Ho tutte le certificazioni che servono? I prodotti che devono essere venduti negli Stati Uniti spesso necessitano di certificazioni specifiche di cui dobbiamo tenere conto quando vogliamo esportare. Per i prodotti alimentare, ad esempio, occorre essere a norma con quanto previsto dalla Fda - Food and Drug Administration.
5. Importante aver chiaro: Come si svolge il processo d'acquisto tipico per il mio prodotto? Cosa spinge il consumatore ad acquistare il mio prodotto? Quale bisogno soddisfa? E cosa posso offrire di più rispetto ai competitor?
6. Il prodotto richiede assistenza pre o post vendita? Se la risposta è sì, dobbiamo predisporre una rete di customer service in loco che possa supportare e guidare i clienti.
7. Ha senso spedire la merce direttamente dall'Italia? Può essere che spedire direttamente dall'Italia si riveli troppo oneroso in termini economici e di tempo. Se così fosse, potrebbe essere necessario produrre direttamente in loco oppure più semplicemente avere un magazzino negli Stati Uniti.
8. Quali sono i canali di vendita azionabili per il mio prodotto? È indispensabile sapere se è meglio vendere il prodotto online oppure in uno store fisico. In questo secondo caso, sarà fondamentale scegliere la location più adatta.
9. Esistono possibilità di cross/up selling? Cosa posso offrire di più al cliente che ha scelto il mio prodotto? Posso creare dei pacchetti specifici per fidelizzarlo?
10. Infine, chiedersi: Quali spazi esistono per innovazioni di prodotto o di processo? Come posso rendere il mio prodotto più innovativo e quindi più accattivante per il mercato americano?