

PLAN GOURMET

ALEMANIA



1.-OBJETIVO DEL PLAN

La puesta en marcha de este plan tiene como objetivo conseguir una introducción sostenible y a largo plazo en el mercado alemán de un grupo de empresas agroalimentarias aragonesas de productos gourmet.

Para conocer bien un mercado, entender su política de precios, estudiar la competencia, saber cuáles son los requisitos específicos para nuestros productos y estar en contacto directo con el cliente ofreciéndole un servicio personalizado debemos contar con un experto en destino que nos asesore y acompañe en todo el camino.

Es por ello que Aragón Exterior (AREX) pone en marcha este plan, ofreciendo a un grupo de empresas la posibilidad de contar con un Export Manager a tiempo parcial para que las asesore en todo el proceso.

Ventajas de la participación en el Plan Gourmet Alemania:

- Sinergias en la labor de promoción, tanto en la asistencia a ferias como en el contacto continuado con los importadores, etc.
- Reparto de la acción promocional a lo largo de un periodo de ocho meses.
- Puesta en marcha de actividades promocionales que no se podrían desarrollar individualmente por su alto coste.
- Mayor interés del importador, ya que puede acceder a una cartera de productos complementarios.
- Puede ser también muy ventajoso a nivel del transporte: dado que los productos gourmet se suelen vender en cantidades reducidas, se puede gestionar un solo envío coordinado. Rebajar el coste del transporte para el exportador puede ser una ventaja y repercutirse positivamente en el precio de venta de su producto (esto sirve tanto para envío de muestras como envío de pedidos).
- Imagen de marca y posicionamiento de los productos aragoneses gourmet mucho más fuerte, que luego repercute en cada producto.
- Ahorro de costes y tiempo, debido a que la prospección suele ser conjunta.

2.- ¿QUIÉN PUEDE PARTICIPAR?

El plan está abierto a empresas aragonesas con producto gourmet, entendiéndose por el mismo: producto gourmet según el criterio español y el criterio alemán.

El concepto Delikatessen/Feinkost en Alemania es muy similar a la apreciación que se tiene en España de la alimentación gourmet: productos de alimentación exclusivos y de alto valor añadido, de consumo en ocasiones especiales. En este sentido, se entenderá como producto gourmet aquel producto caracterizado por un alto valor añadido (calidad, originalidad y sabor) y de un precio de un segmento más alto de su gama de producto correspondiente, con una presentación llamativa y elegante.

3.- PLAN DE TRABAJO

El plan se desarrollará en varias fases:

1. Familiarización con las empresas:

Recopilación de toda la información sobre las empresas a través de reuniones/comunicaciones individuales. Estudio en detalle de los productos y precios. Comprensión y definición de la estrategia comercial actual de cada empresa. Valoración de estándares de calidad y nivel de certificación.

2. Elaboración de la estrategia comercial inicial:

Familiarización con el sector en concreto, definición del cliente potencial, elaboración de una primera base de datos, estudio breve de competencia, elaboración de un argumentario de venta y diferenciación. Preparación de documentos de presentación en alemán de las empresas y del grupo.

3. Captación, labor comercial y seguimiento:

Primeros cuatro meses: captación comercial de 15 empresas al mes y seguimiento a los contactos interesados. Se llamará a cada empresa para presentar el grupo. Por naturaleza habrá más interés por unas empresas que por otras, pero siempre habrá equilibrio en la dedicación de tiempo. Con cada empresa alemana se mantendrá un contacto individual y exclusivo. Se trabajará en la política de precio, en la estrategia comercial, en el diseño, para adaptar la oferta a la demanda del país lo mejor posible.

A partir del quinto mes: captación de 10 empresas al mes, seguimiento a los contactos interesados y gestión de clientes. Los esfuerzos cada vez se centrarán en la labor comercial con los clientes que hayan mostrado interés y la gestión de su interés y/o pedidos.

A los ocho meses se habrá contactado con 90 potenciales clientes. De estos 90 se podrán distinguir:

- Contactos multigama (potencial interés en los productos de varios del grupo)
- Contactos específicos del sector de cada empresa.

Se tratará de dedicar el mismo tiempo a cada empresa, independientemente de las particularidades que presente el producto.

A partir del cuarto mes se dispondrá de un volumen de empresas captadas, que permita centrar los esfuerzos en realizar un seguimiento individualizado de las mismas, con el fin de concretar el interés, especificar información demandada, intentar captar pedidos y, en caso de considerarse necesario, programar una visita personal.

En el transcurso de los ocho meses se elaborará una agenda de contactos para conocer directamente a los potenciales clientes.

Cada empresa participante podrá finalizar su participación en cualquier momento, pero siempre a finales de un mes y con anuncio previo de mínimo 2 semanas. Si se produce esta circunstancia, AREX podrá decidir de mutuo acuerdo la entrada de más empresas en el programa.

Nota: El número de contactos mensual es orientativo, pero en cualquier caso se deberán alcanzar los 50 contactos realizados para cada empresa al cabo de los primeros cuatro meses.

Si transcurridos tres meses se percibe una imposibilidad para obtener contactos de interés para alguna empresa, se planteará el desistimiento de dicha empresa en el programa.

4.- ACTIVIDADES PARALELAS

Participación en Feria [Genussgipfel](#) – 9 y 10 de abril de 2018 (Bielefeld – Alemania)



GenussGipfel



Desde hace más de 20 años la asociación culinaria **Corpus Culinario** organiza esta feria en la que se dan cita alrededor de 80 expositores de toda Europa para presentar sus productos: delicias culinarias de fabricantes seleccionados, productos artesanales de alta calidad de productores con una larga tradición, así como empresas innovadoras. El perfil del visitante es el de profesionales del sector gourmet, principalmente de tiendas delicatessen. En la edición de 2017 participaron 4 empresas españolas y la próxima cita tendrá lugar los días 9 y 10 de abril de 2018 en Bielefeld, en el noroeste de Alemania.

5.- SELECCIÓN DE PARTICIPANTES

El grupo deberá estar compuesto por empresas con productos diferentes, no competidoras.

La selección de las empresas participantes se llevará a cabo de acuerdo con los criterios establecidos por AREX.

Estos criterios son los siguientes:

Bloque 1: Producto y material promocional (4 puntos)

En este apartado se valorarán aspectos como:

- ✓ Viabilidad, demanda y adecuación del producto al mercado gourmet alemán.
- ✓ Adecuación de página web, material promocional e idiomas disponibles.

Bloque 2: Calidad en la gestión del proyecto (6 puntos)

En este apartado se valorarán aspectos como:

- ✓ Experiencia comercializadora y exportadora (especialmente en Alemania y países del entorno).
- ✓ Estructura de la empresa.
- ✓ Recursos dedicados a comercialización y exportación.
- ✓ Idiomas hablados en la empresa.

Se mantendrá una reunión individual con cada una de las empresas interesadas donde se informará detalladamente del Plan Gourmet y se realizará una valoración técnica.

Observaciones: Transcurridos 90 días desde la puesta en marcha del plan, AREX podrá revisar el cumplimiento de estos criterios por parte de cada una de las empresas seleccionadas así como el retorno obtenido y plantear el desistimiento en el programa de aquellas que no los cumplan.

6.- COSTES

El coste por empresa es el siguiente:

- Actividad comercial (incluye preparación de agenda individual de 2 días): 400,00€/mes durante 8 meses
(484,00€/mes IVA INCLUIDO)
- Agenda individualizada de reuniones en Alemania acompañados por un consultor (2 días): 150€/día
- Participación en Feria Genussgipfel: 443,75€ (pago único al inicio del plan)
(536,94€ IVA INCLUIDO)

Observaciones:

- AREX apoya el 50% del coste del Plan Gourmet de cada empresa participante.
- La **cuota mensual de 484,00€ IVA INCLUIDO** se abonará durante los 8 meses de duración del plan, excepto el mes de julio (la primera se abonará el día 15 de marzo y la última el 15 de noviembre de 2018).
- La cuota por agenda individual será abonada tras la ejecución de la agenda.
- La participación en feria deberá abonarse junto con la primera cuota (15 de marzo).

A los costes del proyecto se añadirá:

- Gastos de viaje, hotel y manutención durante la feria del representante de la empresa
Intérprete en exclusiva para la feria
- Gastos de viaje y manutención del consultor y del representante de la empresa durante la agenda de reuniones individual
- Preparación de material de marketing
- Traducción a alemán de material de marketing

7.- MÁS INFORMACIÓN E INSCRIPCIÓN

Para ampliar información puede contactar con Roser Mestre rosar.mestre@aragonexterior.es o Florencia Ferraro florencia.ferraro@aragonexterior.es o al 976 221 571.

En caso de estar interesado en participar, rogamos envíe por correo electrónico a las direcciones arriba indicadas su **Manifiestación de interés de adhesión al Plan Gourmet.**