

DESIGNAÇÃO DO PROJETO

Internacionalização da Atomize Software

CÓDIGO DO PROJETO

CENTRO-02-0752-FEDER-002414

OBJETIVO PRINCIPAL

Reforçar a Competitividade das Pequenas e Médias Empresas.

REGIÃO DE INTERVENÇÃO

Centro

ENTIDADE BENEFICIÁRIA

Atomize Software, Lda.

DATA DE APROVAÇÃO

2015-09-07

DATA DE INÍCIO

2015-07-01

**DATA DE
CONCLUSÃO**

2017-06-30

CUSTO TOTAL ELEGÍVEL

€237.405,32

**APOIO FINANCEIRO
DA UNIÃO EUROPEIA**

FEDER - €106.832,32

**APOIO FINANCEIRO
PÚBLICO NAC./REG.***

N/A

* Quando aplicável

OBJETIVOS, ATIVIDADES E RESULTADOS ESPERADOS/ATINGIDOS

O desenvolvimento e internacionalização da empresa a curto prazo assenta fundamentalmente em dois vetores:

- (1) Aumento da notoriedade e visibilidade do produto e da empresa;
- (2) Capacitação interna da empresa em duas competências críticas marketing e capacidade de I&D.

Do ponto de vista do aumento de notoriedade e visibilidade do produto, o plano de comunicação irá ter como público-alvo os seguintes perfis: CEO, diretor de operações e diretor de sistemas de informação.

Esta estratégia de comunicação tem como objetivo obter uma melhor perceção das vantagens do produto da Atomize, transmitindo as vantagens específicas a que cada um destes responsáveis está mais recetivo:

- (1) Ao CEO a otimização dos recursos e potencial para aumento de receitas e atividade;
- (2) Ao diretor de operações o domínio em tempo real das áreas operacionais;
- (3) Ao diretor de sistemas de informação a possibilidade de disporem de uma solução customizável pela própria estrutura da empresa. Sendo uma comunicação dirigida a públicos-alvo muito específicos e tendo em conta as características do próprio produto a comunicação passará por:
 - (1) Publicidade online fundamentalmente com recurso a Google Adwords e LinkedIn;
 - (2) Inbound web marketing pela criação de um blogue com conteúdos relevantes para os nossos mercados alvos e promoção dessa plataforma em redes sociais;
 - (3) Estabelecimento de contactos via LinkedIn;
 - (4) Presença em eventos nacionais e internacionais como meio de estabelecimento de contactos presenciais com potenciais clientes.

No que respeita à variável preço iremos adotar uma política bastante agressiva, que nos é permitida pelo facto de o investimento em I&D ter sido financiado pela atividade corrente da empresa e pelo reduzido peso de custos marginais decorrentes comercialização do produto. Esta estratégia será percebida por:

- (1) Nível de preço bastante competitivo;
- (2) Comercialização num modelo tradicional de venda de licença ou de SAAS (software as a service);
- (3) Disponibilização de um trial, a um custo simbólico de 1.500€ reembolsável caso não avance e que inclui uma semana de customização por técnicos da Atomize;
- (4) Disponibilização gratuita às equipas de IT dos clientes do Sftware Development Kit.

Para a comercialização, iremos estabelecer uma rede de parceiros (até uma máximo de 10), que nos permitam cobrir geograficamente os mercados e setores seleccionados, e que simultaneamente irão efetuar prospeção de mercado (levantamento de oportunidades, colocação de trial e colocação do produto), por forma aumentar o potencial de angariação de projetos da Atomize.

Por fim, no que respeita à capacitação interna da empresa, para além da contratação de um novo quadro técnico que será responsável pela implementação da estratégia de marketing acima definida, iremos também contratar um Presales Manager, função fundamental no setor de tecnologias de informação nos dias de hoje e que deverá conseguir colocar a empresa a ver e pensar o seu produto na mesma perspetiva do mercado.