



Designação do projeto: INTERNACIONALIZAÇÃO DA EMPRESA NEVERSEEN PRODUCTIONS, LDA

Código do Projeto: NORTE-02-0752-FEDER-021263

Objetivo Principal: Reforçar a competitividade das PME

Região de Intervenção: Norte

Entidade Beneficiária: NEVERSEEN PRODUCTIONS, LDA.

Data da aprovação: 2017-02-16

Data de início: 2016-07-15

Data de conclusão: 2019-07-12

Custo total elegível: 66.209,06 €

Apoio financeiro da União Europeia: FEDER 29.794,08 €

Objetivos do Projeto

- Apostar no profissionalismo, no rigor, no elevado desempenho e na criação de peças de mobiliário diferenciadas pelo design e qualidade;
- Conquistar e fidelizar novos clientes, nacionais e internacionais, através da superação de expectativas, oferecendo um serviço com mais qualidade e eficiência;
- Crescer de forma estruturada e sustentada, melhorando o nível de satisfação dos seus clientes, fornecedores, parceiros e colaboradores;
- Fomentar a melhoria contínua na qualidade dos serviços e processos organizacionais como um todo; - Atuar em novos mercados: EUA, Rússia, Barém, Emirados Árabes Unidos, Líbano, Índia, Arábia Saudita e Hong Kong;
- Diferenciar-se pela qualidade, inovação, capacidade técnica, seriedade e rigor; - Apostar na implementação de um novo método de Marketing;
- Desenvolver redes modernas de distribuição e colocação de bens e serviços no mercado;
- Criar modelos de negócio com vista a inserção da empresa na economia digital que permitam a concretização de processos de desmaterialização com clientes e fornecedores através da utilização das TIC;

Resultados esperados:

Com o presente projeto de internacionalização a empresa pretende, aumentar a sua presença na web, investindo nas novas tecnologias de informação e comunicação e em ferramentas de marketing diferenciadoras que favorecem a implementação de uma estratégia de marketing inbound.

- Aumentar a sua competitividade no mercado global através da implementação de um novo método organizacional e de um novo canal de distribuição dos seus produtos
- Adquirir know-how essencial sobre o comportamento dos consumidores dos mercados externos de forma a potenciar a penetração da empresa em novos mercados.

