



STRUMENTO OPERATIVO

Buyer/Distributor Readiness Checklist

Una checklist operativa per capire se la tua azienda è pronta a parlare con buyer, distributori e partner USA senza bruciare opportunità. Assegna un punteggio a ogni domanda e somma il totale.

0

Assente / non chiaro

1

Presente ma migliorabile

2

Pronto, documentato e utilizzabile in conversazione commerciale

01 Prodotto e categoria

Punteggio ____ / 8

- | | | | | |
|---|---|--------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|
| 1 | Sai spiegare in 20 secondi perché il prodotto è rilevante per il mercato USA? | <input type="text" value="0"/> | <input type="text" value="1"/> | <input type="text" value="2"/> |
| 2 | Hai definito categoria, fascia prezzo e buyer ideale? | <input type="text" value="0"/> | <input type="text" value="1"/> | <input type="text" value="2"/> |
| 3 | Sai quali alternative USA il buyer sta già acquistando? | <input type="text" value="0"/> | <input type="text" value="1"/> | <input type="text" value="2"/> |
| 4 | Hai prove commerciali: vendite, sell-through, riordini, clienti o casi d'uso? | <input type="text" value="0"/> | <input type="text" value="1"/> | <input type="text" value="2"/> |

02 Canale e partner

Punteggio ____ / 8

- | | | | | |
|---|---|--------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|
| 5 | Sai se cercare importatore, distributore, agente, broker, showroom, retail buyer o partner B2B? | <input type="text" value="0"/> | <input type="text" value="1"/> | <input type="text" value="2"/> |
| 6 | Hai criteri chiari per dire sì/no a un potenziale partner? | <input type="text" value="0"/> | <input type="text" value="1"/> | <input type="text" value="2"/> |
| 7 | Hai definito territori, esclusiva, KPI e responsabilità promozionali minime? | <input type="text" value="0"/> | <input type="text" value="1"/> | <input type="text" value="2"/> |
| 8 | Hai una lista corta di canali prioritari, non una lista generica di contatti? | <input type="text" value="0"/> | <input type="text" value="1"/> | <input type="text" value="2"/> |

03 Prezzo, margini e operatività

Punteggio ____ / 8

- | | | | | |
|----|--|--------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|
| 9 | Il pricing regge margini USA, trasporto, duty, promozione e markup di canale? | <input type="text" value="0"/> | <input type="text" value="1"/> | <input type="text" value="2"/> |
| 10 | Sai rispondere a MOQ, lead time, samples, incoterms, payment terms e resi? | <input type="text" value="0"/> | <input type="text" value="1"/> | <input type="text" value="2"/> |
| 11 | Hai chiarito compliance, certificazioni, assicurazioni e documentazione richiesta? | <input type="text" value="0"/> | <input type="text" value="1"/> | <input type="text" value="2"/> |
| 12 | Hai una posizione su stock, fulfillment, importazione e supporto post-vendita? | <input type="text" value="0"/> | <input type="text" value="1"/> | <input type="text" value="2"/> |

04 Materiali buyer-ready

Punteggio ____ / 8

- | | | | | |
|----|---|--------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|
| 13 | Hai un buyer deck in inglese, non solo una brochure istituzionale? | <input type="text" value="0"/> | <input type="text" value="1"/> | <input type="text" value="2"/> |
| 14 | Hai line sheet/catalogo con prezzo, formati, MOQ, immagini e argomenti commerciali? | <input type="text" value="0"/> | <input type="text" value="1"/> | <input type="text" value="2"/> |
| 15 | Hai una email intro breve e orientata al ruolo del buyer/distributore? | <input type="text" value="0"/> | <input type="text" value="1"/> | <input type="text" value="2"/> |
| 16 | Hai FAQ pronte per obiezioni su prezzo, logistica, supply e differenziazione? | <input type="text" value="0"/> | <input type="text" value="1"/> | <input type="text" value="2"/> |

05 Follow-up e misurazione

Punteggio ____ / 8

- | | | | | |
|----|--|--------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|
| 17 | Hai una sequenza di follow-up per 7, 14 e 30 giorni? | <input type="text" value="0"/> | <input type="text" value="1"/> | <input type="text" value="2"/> |
| 18 | Usi un CRM o almeno una pipeline leggibile con stato, next step e owner? | <input type="text" value="0"/> | <input type="text" value="1"/> | <input type="text" value="2"/> |
| 19 | Sai quali segnali indicano interesse reale vs curiosità generica? | <input type="text" value="0"/> | <input type="text" value="1"/> | <input type="text" value="2"/> |
| 20 | Hai definito quando fermare, correggere o scalare il mercato USA? | <input type="text" value="0"/> | <input type="text" value="1"/> | <input type="text" value="2"/> |

Totale

____ / 40

Come leggere il tuo punteggio

0–18

Non iniziare outreach. Prima serve un readiness sprint: contattare buyer adesso brucerebbe opportunità difficili da recuperare.

19–30

Puoi testare conversazioni selezionate, ma correggi i gap critici prima di allargare l'outreach.

31–40

Sei vicino alla buyer readiness. Puoi pianificare outreach o fiera con follow-up strutturato.

Trasforma il tuo score in un piano operativo

Prima della call, prepara:

Sito aziendale

Deck / catalogo

Prezzi o range indicativi

Canale USA desiderato

Storia dei contatti USA già avuti

Prenota una Market Readiness Call

gianlucapiazza.com/contact