

Designação do projeto- | KULILE 2020

Código do projeto- | NORTE-02-0752-FEDER-047823

Objetivo principal | OT 3 - Reforçar a competitividade das PME

PI 3.2 - O desenvolvimento e aplicação de novos modelos empresariais para as PME, especialmente no que respeita à internacionalização

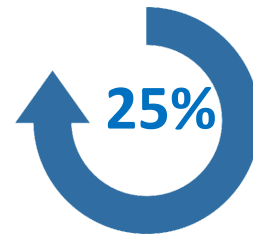
Região de Intervenção | NORTE

Entidade beneficiária | KMD MOBILIER, UNIPessoal LDA.

Data de aprovação | 16-09-2020

Data de início | 01-05-2020

Data de conclusão | 30-04-2022



Custo total elegível | 102.762,50 €

Apoio financeiro da U.E. | 46.243,13 €

Objetivos, atividades e resultados esperados/atingidos:

A empresa KMD Mobilier, Unipessoal LDA, foi constituída em 2018 e desempenha atividades de venda online de móveis, proporcionando a opção de personalização e customização dos mesmos. Com a sua marca, Kulile, pretende-se criar uma loja online com ferramenta 3D (à semelhança da já criada para o mercado Francês) que permite ao cliente selecionar o modelo e editá-lo, de forma a torná-lo uma peça única. Após a conclusão da configuração por parte do cliente, o móvel é confeccionado por uma empresa parceira sediada em Portugal, a Eurogeia.

Em termos históricos, por ser uma marca ainda recente, a sua presença no mercado ainda é diminuta, possuindo pequena quota de mercado, sendo a França o mercado de maior destino das suas vendas em 2019.

Impulsionada pelo presente projeto de internacionalização, a empresa definiu, entre outros, os seguintes objetivos estratégicos: Garantir o impulsionamento do mercado doméstico e gerar efeito de arrastamento no setor mobiliário: Geração de mais emprego e rendimentos; Comercialização dos seus produtos 100% em plataforma online, alcançando níveis de internacionalização de 80% a 90% do Volume de Negócios Total.

Posto isto, a empresa projeta, de forma a atingir as metas acima descritas e o plano de internacionalização definido, implementando ações nas seguintes tipologias de operação:

- Presença na web, através da economia digital: A empresa planeia a criação de uma loja própria online e a inscrição e otimização da presença em marketplaces eletrónicos. Por forma a melhorar a presença na web da marca, estão previstas um leque de atividades de marketing digital, tais como: User-Centered Design (UX), SEO, SEA, Social Media Marketing, Web Analytics, criação e distribuição de conteúdos digitais e assessoria em comunicação digital;

- Marketing internacional: Desenho e implementação de estratégias aplicadas a canais digitais para gestão de mercados, canais, produtos ou segmentos de cliente;

- Introdução de novo método de organização nas práticas comerciais ou nas relações externas: O projeto contempla a contratação de pessoal técnico para tornar mais eficiente a implementação do mesmo.

Com o presente projeto de internacionalização, a empresa pretende impulsionar sua exportação direta para os mercados alvos identificados: França, Reino Unido, Suíça, Luxemburgo, Bélgica. Este modelo foi escolhido por simplificar a cadeia de vendas, excluindo intermediários e aumentando a margem ao diminuir custos de distribuição e representação.