



UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu
de Desenvolvimento Regional

Designação do projeto | CLUBE FASHION.COM GOES GLOBAL
Código do projeto | LISBOA-02-0752-FEDER-47874
Objetivo principal | REFORÇAR A COMPETITIVIDADE DAS PME
Região de intervenção | LISBOA
Entidade beneficiária | CIRCUNLAND S.A.

Data de aprovação | 07-09-2018
Data de início | 01-10-2020
Data de conclusão | 30-09-2022
Custo total elegível | 653.705,00
Apoio financeiro da União Europeia | 261.482,00 FEDER
Apoio financeiro público nacional/regional | Não aplicável

OBJETIVOS

Os grandes objetivos da CIRCUNLAND passam por cada vez mais vender no mercado externo, privilegiando a promoção do MADE IN PORTUGAL, o que permita existir um crescimento sustentado da empresa não apenas ligado ao vetor do número de recursos humanos, mas também ao vetor de vendas. Neste sentido, é crucial investir na preparação da abordagem da empresa ao mercado internacional.

ATIVIDADES

A atividade da CIRCUNLAND consiste na comercialização on-line de produtos de marcas de coleções anteriores, focando em têxtil, calçado, moda, casa e decoração e oportunidades de tecnologia.

RESULTADOS ESPERADOS/ATINGIDOS

O presente Projeto de Internacionalização irá permitir à CIRCUNLAND promover a sua oferta no mercado externo através da implementação de estratégias de marketing digital.

A promoção da empresa e da sua oferta a nível internacional irá permitir angariar um maior número de clientes ao promover a sua oferta além-fronteiras.

DESCRIÇÃO DO PROJETO, COM EVENTUAL MONITORIZAÇÃO DO NÍVEL DE EXECUÇÃO

A estratégia de implementação do presente projeto será iniciada pela adjudicação do Plano de Marketing e pelos serviços de consultoria. Em paralelo serão desenvolvidas ações operacionais que permitirão recolher dados reais de mercado para poder apoiar e reforçar os processos de planeamento.

À medida que o projeto avança o investimento em campanhas, conteúdos e desenvolvimento de analytics será aumentado no sentido de conseguir mais resultados com um menor investimento em publicidade paga.

Após a fase de arranque, o projeto evolui para uma fase de expansão e comunicação antes de conseguir entrar na fase cruzeiro. Todas estas fases têm um foco diferente e exigem uma composição diferente da equipa operacional.

Esta sequência base será desenvolvida para os mercados alvo. Apenas na fase de planeamento será possível aferir se os mercados serão abordados em simultâneo ou de forma sequencial.