

Designação do projeto: Plano de Internacionalização OHM-E  
Código do projeto: NORTE – 02 – 0752 – FEDER – 020098  
Objetivo principal: Reforçar a Competitividade das PME  
Região de intervenção: Norte  
Entidade beneficiária: OHM-E-GABINETE DE ENGENHARIA ELECTROTECNICA LDA

Data de aprovação: 16-02-2017  
Data de início: 10-05-2016  
Data de conclusão: 09-11-2018  
Custo total elegível: 148.300,00€  
Apoio financeiro da União Europeia: FEDER – 66.735,00€  
Apoio financeiro público nacional/regional: N.A

Objetivos, atividades e resultados esperados/atingidos

#### Objetivos Estratégicos:

Reforçar presença internacional  
Diversificar a presença para outros mercados com expectativas de crescimento positivas  
Consolidar a presença da empresa em mercados já estabelecidos  
Reforçar posicionamento como um player de referência nos projetos de engenharia eletrotécnica, consultadoria e Luminotecnia  
Ampliar a visibilidade e notoriedade internacional da marca institucional OHME-E  
Investir em recursos humanos  
Aumentar a faturação global e a rentabilidade  
Apostar na Qualidade e Profissionalismo dos seus serviços, afastando-se dos mercados concorrenciais  
Promover a sua competitividade nos mercados internacionais

O plano de internacionalização que a OHM-E apresenta dá sustentabilidade à sua estratégia de consolidação em mercados atuais e diversificação com foco na inovação e diferenciação dos seus serviços transacionáveis. Este plano contribui para um melhor posicionamento na cadeia de valor da OHM-E e visa promover a sua competitividade através de uma presença mais ativa no mercado global.

O projeto aposta nas tipologias assinaladas neste formulário, que passamos sucintamente a explicar:

1. Prospecção e captação de novos clientes, promoção da empresa nos mercados atuais de modo a estabelecer contactos e angariar novos clientes e novos mercados selecionados para estas ações de prospecção.

Classificam-se como Missão de prospecção e captação de novos clientes em mercados atuais estratégicos (Sri Lanka, Angola e Moçambique) e novos mercados (Guiné, Brasil, Argentina, Argélia, Marrocos, Irão, França, Alemanha, Espanha, Catar, Polónia e Reino Unido).

Outros mercados serão trabalhados através de visitas a Feiras e de ações complementares de marketing tradicional (contactos telef/email) e marketing inbound - website, marketing digital, etc.

2. Conhecimento de Mercados Externos. Serão realizadas ações para conhecimento dos mercados a abordar, tendo em conta as variáveis, clientes/parceiros, fornecedores/concorrência, serviços/novas tecnologias.

Estão previstas no plano de internacionalização, para 2016 a 2018, serviços e ações, como Estudo de Mercado e as Visitas a Feiras da especialidade. Na realidade, enquanto visitante, consegue perceber as tendências que os seus clientes potenciais estão a seguir podendo adequar a abordagem comercial ao caminho que o seu cliente pretende, e identificar o nível de soluções a levar para o mercado.

### 3. Marketing Internacional

A OHM-E pretende reforçar as suas ferramentas de marketing e de comunicação incorporando mudanças significativas ao nível de conceção e design gráfico do material promocional com maior impacto na divulgação dos produtos e da marca e que permitirão melhorar o posicionamento no mercado, assim como a criação de um Plano de Comunicação e Marketing.

Neste âmbito a empresa irá também, reformular a sua imagem, criação de novos conceitos de comunicação, logotipo e identidade corporativa, a publicar no material promocional a ser criado.

Serão ainda desencadeadas campanhas de promoção internacional recorrendo-se à publicação em revistas internacionais, nomeadamente da especialidade, Engenharia, Iluminação, solar, elétrica, etc, que permitem chegar a qualquer cliente do mundo empresarial, e a promoção da OHM-E através da contratação de serviços específicos de publicidade, cartazes, papel ou digital.

### 4. Reforço da sua presença na web, através da economia digital.

Com esta ação, a OHM-E pretende reforçar a sua presença na web com o apoio de ferramentas de marketing digital/Economia digital, inovadoras para a empresa, sendo para afetar a todos os mercados da empresa (impacto transversal): Dinamização do website: com catálogo serviços, portfólio, idioma adicional (ing), ferramenta SEO, mobile friendly e responsive design.

São ferramentas de marketing inbound potenciadoras de angariação de novos clientes, promovendo uma maior aproximação com os clientes B2B e B2C e mais destaque e visibilidade da OHM-E na web.

### 5. Introdução de novos métodos de organização nas relações externas pela aposta em:

- Contratação de um colaborador qualificado para o departamento comercial internacional e Qualificação Ativos - formação complementar dos seus colaboradores em língua estrangeira adequada aos mercados alvo a abordar e ao negócio – Inglês