

Designação do projeto: Knok_ Sustainable Growth

Código do projeto: NORTE-02-0752-FEDER-034315

Objetivo principal: OT 3 - Reforçar a competitividade das pequenas e médias empresas

Região de intervenção: Norte

Entidade beneficiária: SEEMS POSSIBLE LDA

Data de aprovação: 18-04-2018

Data de início: 15-07-2017

Data de conclusão: 14-07-2019

Custo total elegível: 135.630,00 EUR

Apoio financeiro da União Europeia através do FEDER: 61.033,50 EUR

Objetivos, atividades e resultados esperados/atingidos:

A empresa Seems Possible, doravante designada por Knok, tem por base o desenvolvimento de uma plataforma que permite aos pacientes, no conforto da sua casa, recorrer a um médico disponível com o perfil mais adequado ao motivo da consulta.

Atualmente, a empresa providencia os seus serviços médicos de excelência somente em Lisboa e no Porto, sendo que com o presente projeto pretende disponibilizar os seus serviços em outras cidades do mundo. Os mercados alvo são Espanha, Itália, Médio e Extremo Oriente e Reino Unido. O foco da Knok são essencialmente cidades com elevada densidade populacional, em países que tenham uma grande percentagem de gastos de saúde no setor privado.

Como clientes, identificam-se todos os cidadãos que necessitem de cuidados médicos primários e que desejem um serviço personalizado. A empresa detém três marcas próprias registadas a nível nacional, nomeadamente, a Knok – Your Healthcare Everywhere, Knokcare e Knokhealthcare.

Como objetivos estratégicos para os anos do projeto, o promotor pretende iniciar a internacionalização da empresa nos mercados alvo referidos e aumentar a notoriedade e reconhecimento da marca junto dos mesmos.

De forma a alcançar os objetivos supracitados, a empresa irá desenvolver ações enquadradas nas seguintes tipologias:

- Conhecimento de mercados externos (Feiras/Exposições): participação em diversas feiras de renome internacional no seu setor de atividade, para dar a conhecer as suas soluções digitais a potenciais clientes;
- Prospecção e presença em mercados internacionais: realização de ações de prospecção para os vários mercados a abordar e, simultaneamente, realizar de estudos de mercado para esses países;
- Introdução de novo método de organização nas práticas comerciais ou nas relações externas: contratação de 1 técnico, que estará afeto exclusivamente ao projeto, nomeadamente através do desenvolvimento das ações previstas realizar;
- Presença na web, através da economia digital: desenvolvimento de um vídeo promocional digital de forma a dar a conhecer a empresa aos clientes e aposta em catálogos digitais e no Google adwords;
- Desenvolvimento e promoção internacional de marcas (Ações de promoção): realização de 2 road shows e de ações de promoção nos vários mercados alvo.

Com o presente projeto de internacionalização, a empresa pretende iniciar a sua atividade exportadora, prevendo no ano pós projeto alcançar um Volume de Negócios Internacional de 850.000,00 EUR.

