

Mieux se développer à l'international : risques, enjeux et stratégies

-Référence: **IE-17**

-Durée: **2 Jours (14 Heures)**

Les objectifs de la formation

- Evaluer les risques inhérents au développement international
- Apprendre les outils et les techniques pour développer une stratégie d'implantation à l'international
- Savoir gérer les médias et le concept publicitaire à l'international

A qui s'adresse cette formation ?

POUR QUI :

- Managers, responsables de l'international, collaborateurs en contact avec des équipes commerciales à l'étranger, chefs de projet et dirigeants d'entreprise.

Programme

- **Introduction**
 - Pourquoi se développer à l'international ? Est une nécessité pour les entreprises ? Y a-t-il des risques ?
- **L'environnement géopolitique**
 - Les grands courants d'affaires mondiaux.
 - La stabilité, les risques et les tendances.
 - Notation géopolitique et macro-économique : Cartographie et agences de notation.
 - Environnement et contraintes juridiques, logistiques et douaniers à l'international.
- **L'environnement culturel**
 - Les différences culturelles dans le monde des affaires.
 - Cartographie des différences culturelles.
 - Quel impact au niveau des négociations ? Le management doit-il être adapté ? Comment la contractualisation doit être correspondre au contexte.
 - Exercice: Simulation d'une négociation avec un importateur chinois.

- **Stratégies d'implantation à l'international**

- Le produit.
- Adaptation technique du produit.
- L'art d'adapter le marketing du produit.
- Le prix export.
- Comment calculer un prix export.
- Savoir définir et présenter un tarif export.
- Exercice: Définition du prix d'un logiciel de simulation.

- **La communication sur les marchés extérieurs**

- Gérer les médias et le concept publicitaire à l'international.
- Les vecteurs de communication hors médias : Relations publiques, réseaux sociaux, salons professionnels et événementiel.
- Retour d'expérience réussie : Relations publiques d'une entreprise exportatrice et innovante.
- Les spécificités des circuits de distribution sur les marchés extérieurs.
- La vente directe, l'agent, l'apporteur d'affaires.
- Le distributeur, l'importateur.
- La filiale, la joint-venture.
- Autres formes d'implantation.

- **Le business plan du développement international**

- Objectifs et contenu d'un business plan.
- Quels éléments inclure dans un Business Plan International ? Le modèle économique, la concurrence.
- Quelles sont les conditions de succès d'un business plan à l'international.
- Conclusions.
- Exercice: Construction d'un business plan.



(+212) 5 22 27 99 01



(+212) 6 60 10 42 56



Contact@skills-group.com

Nous sommes à votre disposition :
De Lun - Ven 09h00-18h00 et Sam 09H00 – 13H00

Angle bd Abdelmoumen et rue Soumaya, Résidence Shehrazade 3, 7ème étage N° 30
Casablanca 20340, Maroc