

6 - Stratégie internationale et développement export

OBJECTIFS

Intégrer la stratégie de l'entreprise dans un projet de développement international. Définir et analyser les phases du projet et les tâches qui y sont liées. Ordonner les tâches et permettre une bonne visibilité et une efficacité opérationnelle. Conduire et gérer le projet avec qualité et dans les délais prévus.

APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Approche opérationnelle basée sur une longue expérience multi-pays et multi-sectorielle, la pratique du storytelling, favorisant les échanges de bonnes pratiques et d'expérience entre participants et intervenant. Supports écrits de type « memo » et visuels.

PRÉREQUIS ET MODALITÉS D'ÉVALUATION

Bonnes connaissances générales en stratégie de développement des affaires. Maîtrise des fondamentaux de l'international. Quiz en amont et en fin de formation pour évaluer le niveau et les acquis des participants.

PROGRAMME

1. Introduction : la stratégie internationale

- Les enjeux et opportunités des marchés à comprendre

Les motivations des entreprises à s'internationaliser

- Les multirisques à identifier, mesurer et gérer
- Les facteurs-clés de succès à maîtriser
- Le scénario de croissance à mettre en oeuvre
- La pertinence d'un business plan en gestion de projet export

2. Analyser :

LA PRISE DE DÉCISION STRATÉGIQUE

- Le diagnostic à l'international
- L'étude de marché internationale
- Les différentes stratégies

LES MÉTHODES D'ÉVALUATION

- La part de marché cible
- Le chiffre d'affaires prévisionnel
- Le seuil de rentabilité

LA MÉTHODE D'ANALYSE PROPOSÉE

- La boîte à outils nécessaires
- Choisir les bons outils
- Les références associées

3. Planifier :

LE PRÉVISIONNEL

- Les étapes
- Le planning
- Les ressources
- Le budget

LA GESTION DU PROJET INTERNATIONAL

- Le triangle de la performance

- Le cycle de vie du projet
- Les fondamentaux de la gestion du projet
- Facteurs-clés de la réalisation de la gestion du projet LA MÉTHODE DE PLANIFICATION PROPOSÉE
- Les différentes méthodes possibles
- Choisir la bonne méthode
- Les références associées

4. Se développer à l'export

L'approche des marchés L'ACTIVITÉ :

- Export
- Sourcing
- Offshoring
- Outsourcing

LA PRÉSENCE :

- Mode de représentation
- Implantation
- Couverture géographique

LES PARTENARIATS :

- Entente et complémentarité
- Fournisseurs, industriels et commerciaux

L'IMAGE ET LA NOTORIÉTÉ :

- Communication internationale
- Les réseaux, le lobbying, le networking

5. Réalisation du business plan export -

Méthodologie et Outils utilisés

Synthèse :

- Les modèles gagnants de développement à l'international agiles



07 octobre 2024
08 octobre 2024
09 octobre 2024
14 octobre 2024



2 jours
(4 séances de 3h)



Dirigeants d'entreprises ayant engagé un développement international ou prévoyant de le faire à court terme. Directeurs du développement international.



Ses interventions se concentrent sur le développement international des entreprises et traitent aussi bien des problématiques stratégiques (diagnostic export business plan export) qu'opérationnelles (notamment culturelles). Il effectue des interventions depuis 20 ans dans des entreprises de toutes tailles auprès de nombreuses chambres de commerce, notamment pour les chargés d'affaires.

Formation à distance