



IN FOCUS

with [myconsultinggo.com](https://www.myconsultinggo.com)
0033 (0) 7 78 24 11 44

BUSINESS EXPORT

Pourquoi se positionner à l'international

Perte de vitesse sur le territoire national, fin de cycle de vie produit, perte de parts de marché, hyper concurrence, ne sont pas les bonnes raisons pour se tourner à l'international. Définir une stratégie de développement de l'entreprise avec l'international comme véritable relais de croissance, diversifier les risques, devancer les concurrents, bénéficier des aides du gouvernement, autant de bons motifs pour être par delà les frontières

Se développer à l'international EN 10 ÉTAPES

- 1- Définir le Business model de l'entreprise
- 2- positionner l'entreprise sur son cycle d'activité
- 3- Pré-diagnostic export pour calibrer l'entreprise à l'export
- 4- Projet d'internationalisation et diagnostic export
- 5- Etude de marché source secondaire matrice B.E.R.I
- 6- Analyse du segment de marché à l'international et des cibles
- 7- Le Mix-marketing export
- 8- Le financement export et les aides gouvernementales
- 9- La communication à l'international, l'approche inter-culturelle
- 10- Les modalités de présence à l'international

Check-list



Après un diagnostic export favorable, sélectionner des pays cibles, les marchés opportuns et les segments rentables. Identifier les risques et se focaliser sur les plus accessibles et à fort potentiel. Examiner et étudier la demande, la concurrence, l'offre locale, la réglementation



Anticiper le développement des activités. S'organiser, se former, s'adapter, fluidifier, engager, coopérer, mutualiser. Un manager au service export pour planifier, organiser, coordonner, accompagner les collaborateurs et contrôler. C'est une compétence qui peut tout à fait s'externaliser dans un premier temps



Structurer et organiser la prospection. Les salons, les missions, les places de marchés, la réponses aux appels d'offres, fichiers pro, le web et les réseaux sociaux et le "Give To Get", La Visioconférence, le V.I.E pour avoir une présence sur place, suivre et relancer les prospects. Envoi d'échantillon en courrier express international avec déclaration en douane. L'assurance prospection, soutien de trésorerie et protection en cas d'échec

L'offre de prix export, Le contrat, les clauses et les modalités de paiement, les Incoterms et le commissionnaire de transport, la liste de colisage, le Bill of Lading, la CMR, la LTA, les douanes, les shipment documents



S'implanter en maîtrise réduite par intermédiaire, partielle par coopération et totale par intégration. Recruter et travailler avec un agent commercial, implanter une succursale ou une filiale, les G.I.E, jouer l'alliance avec la joint-venture, l'animation du réseau de distribution à l'international