

Développer son activité à l'international



PRÉSENTIEL

RAPPEL DES FONDAMENTAUX

Du marketing de masse, en passant par le relationnel au one to one
Le marketing ou comment occuper le terrain
Être proche de son client

DÉMARRER SON BUSINESS PLAN

Vue d'ensemble : Environnement de l'entreprise
Description de la société : Stratégie de la société
Analyser votre « exportabilité »
Positionner l'entreprise dans son contexte international
Forces, faiblesses / opportunités, menaces (SWOT)

BENCHMARKING OU COMMENT OBSERVER, COMPRENDRE, S'INSPIRER, AMÉLIORER

Divers Benchmarking
La veille

CONSTRUIRE DES ACTIONS COMMERCIALES GAGNANTES

Préparer et mettre en œuvre le plan marketing
Les étapes de la construction du plan
La simulation du réseau de vente
Mesurer la rentabilité des produits et des actions
Communiquer et vendre

LA RELATION INTERCULTURELLE (LES 7 MODÈLES)

Faut-il être standard, adaptable ou global ?
Connaître les spécificités de la relation interculturelle et les éléments-clés de la négociation
Identifier les principales situations de conflit dans le cadre d'une négociation des offres

LES GRANDES TENDANCES ACTUELLES (économiques, culturelles, technologiques)

Low cost, identitaire, ethnique, Yield...

Référents pédagogiques

Nos intervenants sont des spécialistes du domaine visé et sont sélectionnés selon un processus de qualification très rigoureux permettant d'évaluer notamment : leur expérience professionnelle, leurs compétences pédagogiques, leur capacité d'animation, leur personnalité et leur créativité...

OBJECTIFS

Améliorer ses connaissances en matière de marketing
Savoir élaborer un business plan
Maîtriser le Benchmarking
Apprendre à construire des actions commerciales gagnantes
Comprendre les relations interculturelles

PRÉ-REQUIS

Bonne aisance en langues étrangères

PUBLIC

Tout collaborateur amené à développer l'activité à l'international

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

AVANT LA FORMATION : IMPLIQUER

Questionnaire pré-formation et/ou recueil des besoins pour préciser les attentes individuelles

PENDANT LA FORMATION : APPLIQUER

Méthodes actives et participatives
Apports théoriques (10%) , mises en pratique (70%) et échanges (20%)
Elaboration de son plan d'actions personnalisé

APRÈS LA FORMATION : ACCOMPAGNER

4 rappels de contenu envoyés par mail
Suivi post-formation

RESSOURCES PÉDAGOGIQUES

Support de cours, exercices

ÉVALUATION

Évaluation des compétences

Tests, cas pratiques, exercices, mises en situation, jeux de rôle..

Évaluation de la formation

Questionnaire de satisfaction
Synthèse de fin de formation

VALIDATION

Attestation de fin de formation
Attestation de présence

MODALITÉS DE SUIVI D'EXÉCUTION

DE LA FORMATION

Le contrôle de l'exécution de la formation est assuré par le formateur

DATES

Cf Planning