

PROGRAMME DÉTAILLÉ STRATEXIO

Intitulé :

STRATEGIES POUR L'EXPORTATION ET L'INTERNATIONALISATION

Panel de thèmes de formations du programme

LA CONCEPTION DE LA STRATEGIE INTERNATIONALE

- Construire une stratégie internationale en identifiant les composantes et la dynamique de développement international, en évaluant les pays cibles grâce à l'intelligence économique, et promouvoir la dynamique du projet international au sein de son entreprise, en se préparant aux impacts du développement international sur l'entreprise
- Mettre en place une stratégie marketing international en définissant clairement son positionnement stratégique et en identifiant les sources de différenciation pour mieux se positionner face à ses concurrents sur les marchés mondiaux.
- Dimensionner ses besoins de financement du développement international en identifiant les cibles à acquérir, en optimisant la gestion de cash, et en comprenant les mécanismes de financements internationaux pour rendre le projet de développement viable économiquement à moyen et long terme grâce à l'élaboration d'un business plan précis et réaliste.
- Définir et planifier l'impact organisationnel en identifiant la chaîne de valeur de l'entreprise, en définissant l'organisation et la carte des métiers de l'entreprise, et en anticipant les besoins et l'évolution des compétences-clés dans la perspective d'internationaliser son entreprise pour mettre la structure en adéquation avec le projet de développement.
- Définir son/ses modes export en déterminant sa/ses stratégies de pénétration des pays ciblés en identifiant les enjeux des différentes formes d'internationalisation : implantation, transferts de technologie, rachat d'entreprise ... afin d'adapter au mieux le projet en fonction des pays cibles.
- Réaliser de la prospective économique : intégrer la complexité des marchés matures ; identifier les sources de croissance ; identifier les évolutions futures ; s'adapter à la rupture des « business model » traditionnels et aux nouveaux entrants.

LA MISE EN ŒUVRE DE LA STRATEGIE INTERNATIONALE

- Mettre en place une politique d'intelligence économique en tenant compte des critères de risques (politique et financier/pays) des critères d'accessibilité (filière et industrie) ; des critères d'attraits économiques (segments de marché) ; et des critères de perméabilité concurrentielle (marché et segments de clientèles) en fonction des pays ciblés pour évaluer au plus juste l'impact économique, financier et humain du développement dans ces zones.
- Identifier les réglementations et les aspects juridiques en intégrant les incidences de l'environnement juridique international et ses risques ;
- Améliorer sa démarche commerciale / répondre à un appel d'offre en construisant une offre commerciale gagnante et en utilisant les techniques de couverture des risques internationale pour minimiser l'impact financier et accroître la marge liée au développement international visé.
- Décoder les aspects interculturels et développer des relations ouvertes et constructives avec des interlocuteurs en se formant aux codes culturels différents pour relever les défis culturels spécifiques à son réseau d'affaires ; améliorer ses connaissances pays (macro et micro économiques) afin de se donner toutes les chances de réussite dans ses relations d'affaire. Intégrer dans son analyse les enjeux de certaines zones économiques mondiales en décodant les spécificités culturelles, économiques et juridiques de certains pays.