



# Organiser et réussir sa stratégie export

---

Nous nous engageons pleinement à contribuer au succès de nos clients. Nous mettons toutes nos ressources à leur disposition en prenant en considération leur expérience passée qui est une ressource clé.

Nous nous engageons à générer de la valeur ajoutée pour nos clients, afin d'amortir plusieurs fois leur investissement. Il ne s'agit pas simplement de donner des idées ou de faire des présentations : nous contribuons véritablement à instaurer des changements tangibles et positifs au sein des organisations de nos clients

## INTRODUCTION

Saturation du marché national, perte de clients, de parts de marché, excédent de stocks, arrivée de nouveaux concurrents, réponse à une demande, diversification des marchés... Au-delà des raisons qui poussent l'entreprise à se tourner vers les marchés étrangers, les perspectives de croissance à l'international sont décuplées. Pour réussir à l'export, l'entreprise doit définir une véritable stratégie et mettre en place les moyens adaptés. Développer leur notoriété, diversifier leurs risques, devancer les concurrents, profiter de l'effet de saisonnalité du produit, utiliser les aides du gouvernement sont parmi les multiples avantages de la vente à l'export.

## OBJECTIF

Se doter d'un accompagnement, des compétences, outils et aptitudes pour réussir sa démarche à l'export.

## BUT

Réalisation et augmentation du chiffre d'affaires et des marges sur les marchés export.

# Organiser et réussir sa stratégie export

---

## **PHASE 1 Exploration de la politique générale de l'entreprise.**

Culture d'entreprise, collaborateurs et employés (fonctions et degrés de responsabilité), situation actuelle, produits, performances et faiblesses.

## **PHASE 2 Analyse de la performance globale de l'entreprise**

### **AUDIT INTERNE**

Points forts, points faibles de la société cible, les opportunités, les menaces.

Analyse des produits et services de l'entreprise, segmentation et positionnement.

Performances commerciales présentes et passées.

Analyse de la politique commerciale.

Analyse de la politique tarifaire.

Analyse des outils marketing.

Analyse de l'organisation commerciale, les canaux et les réseaux de vente.

Analyse des cibles, les clients, les marchés.

### **AUDIT EXTERNE**

Etude de marché et tendances de consommation à l'export.

Analyse des zones export au regard des domaines d'activité stratégiques.

Analyse du potentiel commercial export par l'utilisation de matrices spécifiques.

## **PHASE 3 Détection des zones à risque**

## **PHASE 4 L'analyse des causes de dysfonctionnements stratégiques**

Choix des pays cibles - Etude réglementaire - Veille concurrentielle

Mise en place d'un plan d'action commerciale (recrutement vie ? mission prospection ?)

Choix de la méthode de prospection (missions, salons, agence commerciale ?)

Se familiariser avec les bons codes interculturels, préparer et valider son pitch commercial, adopter la bonne posture commerciale, réussir son salon international, se former à la négociation internationale.

## **PHASE 5 Propositions de recommandation et plan d'action**

## **PHASE 6 Mise en œuvre du plan d'action et mise en place d'objectifs par pays.**

Recherche de subventions.

## **PHASE 7 Pilotage et suivi des actions**

## **PHASE 8 Contrôle et actions rectificatives.**

Analyse des résultats par rapport aux objectifs. Pertinence de la démarche stratégique, niveau de maîtrise des opérations clés, efficacité des moyens mis en œuvre.