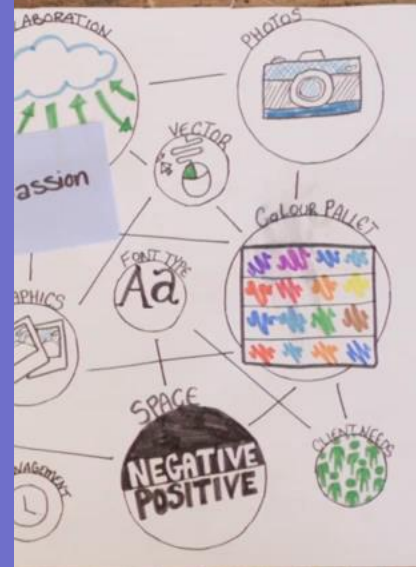


Se développer à l'export

L'importance de la préparation



L'export ne s'improvise
pas mais se construit
patiemment

8 points à vérifier



Sommaire

The background of the slide is a soft-focus photograph. In the foreground, the dark, silhouetted leaves of a plant are visible on the right side. Below them, a stack of several books with dark covers is resting on a light-colored wooden surface. The overall lighting is warm and natural, creating a calm and scholarly atmosphere.



1 – Avoir une stratégie claire

2 – Adaptez votre offre au marché

3 – Choisissez le bon mode de représentation

4 – Optimisez vos ressources financières



5 – Sélectionnez votre personnel pour ce projet

6 – Appréhendez les différences culturelles

7 – Activez vos réseaux

8 – Faites-vous accompagner



Optimiser votre développement export

L'objectif de l'atelier organisé en partenariat avec le WTC est d'accompagner les entreprises désireuses de se lancer à l'export dans la construction du projet export.

Au cours de cette atelier, plusieurs thématiques seront abordées pour dessiner les premières fondations du projet export.

Analyser vos forces et faiblesses

<div>S</div> <div>Strengths</div> <div>FORCES</div>	<div>W</div> <div>Weaknesses</div> <div>FAIBLESSES</div>	<div>O</div> <div>Opportunities</div> <div>OPPORTUNITES</div>	<div>T</div> <div>Theats</div> <div>MENACES</div>
<p>=> Ce que votre entreprise fait bien</p> <p>=> La valeur ajoutée qui vous différencie des vos concurrents</p> <p>=> Les ressources internes (compétences, savoir faire, équipes, ..)</p> <p>=> Actifs corporels tels que propriété intellectuelle, capital, technologies propriétaires, etc ...</p>	<p>=> Ce qui manque à votre entreprise</p> <p>=> Ce que vos concurrents font mieux que vous</p> <p>=> La limitation des ressources</p> <p>=> N'avoir qu'une seule offre client</p>	<p>=> Sous-estimation du marché sur des produits spécifiques</p> <p>=> Peu de concurrents dans la zone</p> <p>=> Croissance des besoins pour vos produits ou services</p> <p>=> Bonne couverture presse - médias de votre entreprise</p>	<p>=> Nouveaux concurrents</p> <p>=> Durcissement de l'environnement réglementaire</p> <p>=> Couverture médiatique négative de la presse - médias</p> <p>=> Changement d'attitude des clients envers votre entreprise</p>

1 – Avoir une stratégie claire

L'écosystème :

- Le marché ciblé et ses points d'accès

- Les concurrents potentiels

- Les acteurs clés

- Les événements dignes d'intérêt



1 – Avoir une stratégie claire

Votre entreprise :

- Quels sont les moyens logistiques, financiers et humains... à réunir ?

- Qu'apporte mon produit/service au marché ?

- Quel positionnement-prix adopter ?

- Dans quel marché vais-je me lancer ?

2 – Adaptez votre offre au marché

Quelle valeur ajoutée apporte mon produit au marché ?

Quels sont les bénéfices et gains de performance pour mon client ?

Quelles adaptations vais-je devoir apporter à mon produit (couleur, goût, packaging, etc.), et quelles décisions marketing prendre (site internet traduit, plus rapide et ergonomique) ?

3 – Choisissez le bon mode de représentation

raccourcir et simplifier
les circuits de ventes

être en contact direct
avec le client

et commencer avec
une structure légère
(bureau de liaison,
succursale, agent
commercial, ...)

4 – Optimisez vos ressources financières

-

N'exportez que ce qui a de la VALEUR



un plan de communication,



des frais de déplacements,



des frais de prospection (présence salons),



des problématiques de propriétés intellectuelles,



la création de structures ad hoc ou filiale

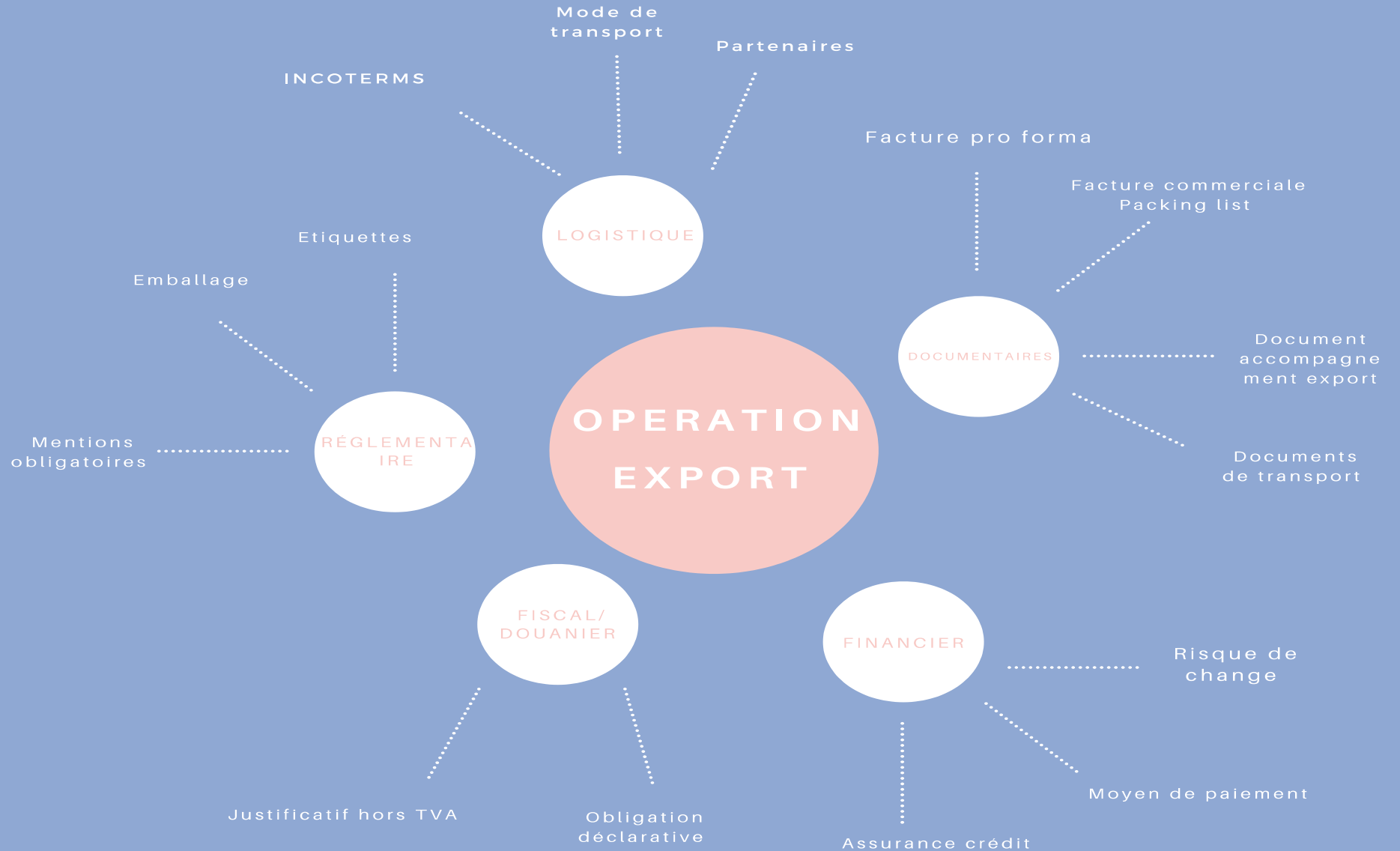


le recours à du conseil juridique

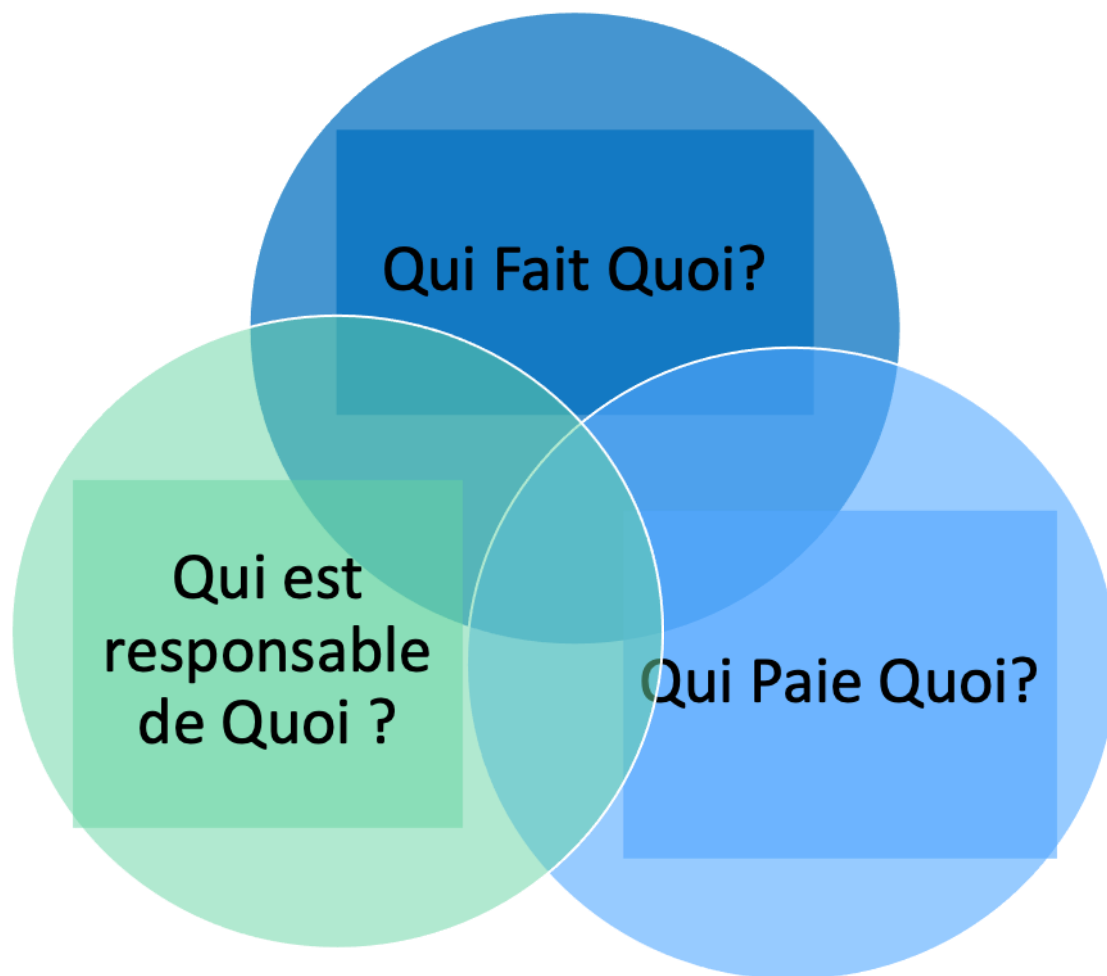


le recrutement de personnel local (peut-être une expatriation, un VIE...)

Optimiser une opération export du point de vue opérationnel



L'importance du choix des INCOTERMS 2020 :



L'intérêt

- ✓ Avoir une vision claire et unique sur l'interprétation des obligations qu'incombent à l'acheteur et au vendeur.
- ✓ Langage universel.
- ✓ Eviter les erreurs et surcoûts potentiels.

Vos critères de choix pour
sélectionner un mode de
transport et/ ou
partenaires logistiques :

Le prix

Le réseau

Le transit time

Les caractéristiques du produits

La communication

La chaîne documentaire:

La traçabilité entre la marchandise physique et les documents à produire pour l'opération export

Les documents obligatoires pour exporter le produit

Les mentions obligatoires pour exporter le produit

La réglementation

Sécurité de paiement

Les obligations fiscales et douanières

Les justificatifs de TVA

Les justificatifs de sortie de territoire
UE (EXA mention sortie définitive)

Preuves de livraison dans le cadre
d'une vente intracommunautaire

5 – Sélectionnez votre personnel pour ce projet

Identification des ressources internes

Solide formation sur les techniques de l'exportation

(incoterms, facturation, transport, sujets douaniers, accords de libre-échange, ...)

6 – Activez vos réseaux

Il existe une multitude de clubs pour réseauter:

- que ce soit dans le pays cible (ambassade, chambres de commerce, salons professionnels, clubs et réseaux, ...)

ou bien en France

7 – Appréhendez les différences culturelles

vous appuyer sur des personnes connaissant parfaitement les codes locaux

avoir en interne une personne biculturelle formée à la culture d'entreprise, à vos produits et connaissant parfaitement le marché local

envoyer une personne sur place (ou y aller soi-même) pour s'imprégner et comprendre les attentes du marché

8 – Faites-vous accompagner

Il y existe différents dispositifs d'appuis pour les exportateurs:

Soyez proche des équipes de l'export en France (auprès des Chambres de Commerce)

Et des équipes à l'étranger (organismes privés, CCI à l'étranger, Business France, ...)

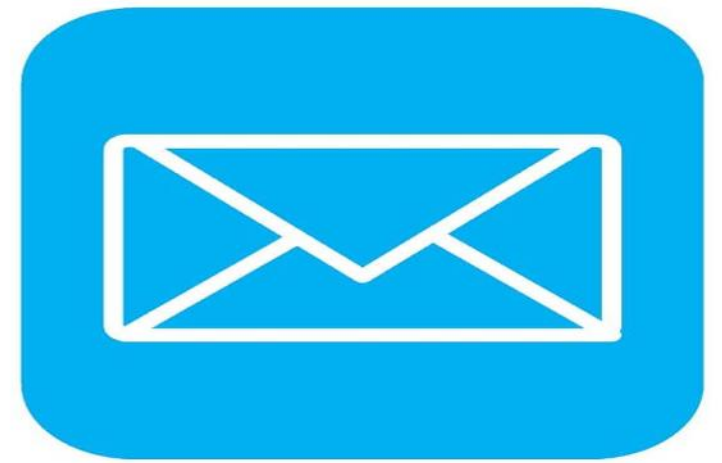
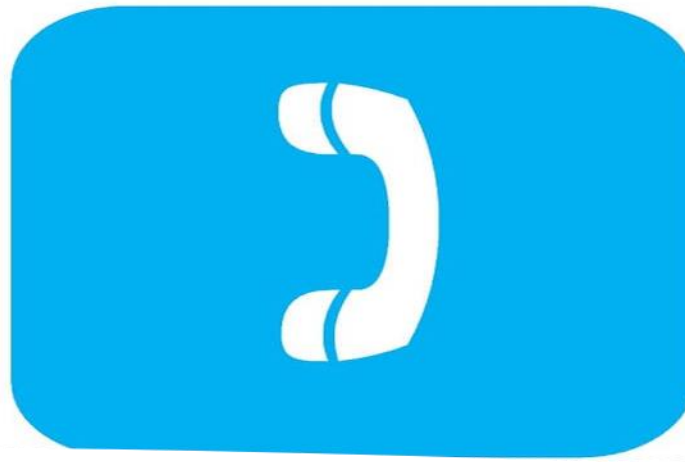
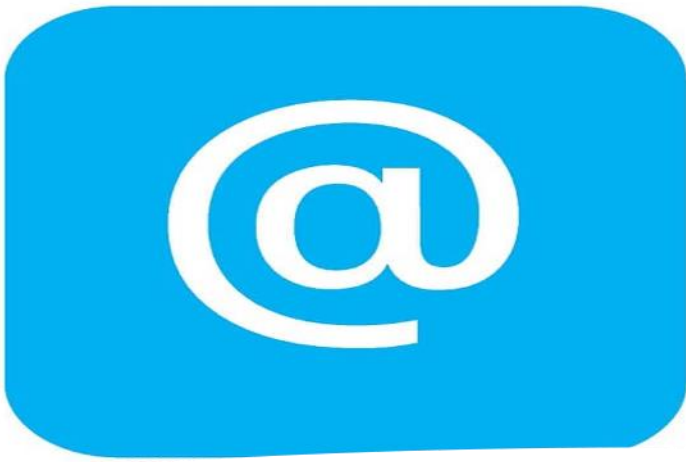


Voici ce que l'on abordera dans les ateliers

Les 15 points différenciants

Forfait 3 à 5 ½ journées consacrées –
2800€ de budget

Vous accompagnez là où vous voulez aller



- Isabelle Quere

06.70.21.03.76 / iquere@outlook.fr

Guillaume Degois

06.81.66.68.66 / guillaume@degois.net

Steve Bayol

06.23.71.58.65 / bayol.steve@gmail.com