

Stratégie pour l'exportation et l'internationalisation des PME

RS3051 · RS · Publiée

L'essentiel

Code(s) NSF	310m
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'échéance	31/12/2021

Certificateur(s)

STRATEXIO · SIRET : 81119658300017

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Accompagner la montée en compétences des dirigeants sur le développement international de leur entreprise. La formation « Stratégies pour l'Exportation et l'Internationalisation » a pour objectif l'amélioration de la pratique professionnelle, le perfectionnement des connaissances et l'acquisition de nouvelles compétences des dirigeants en termes d'internationalisation de leur entreprise. Elle vise l'adaptation aux changements qu'ils soient liés aux techniques, à l'environnement ou aux conditions particulières de la vie économique mondialisée.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

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 internationale 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'apdater 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 ;

- 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.

LA CONCEPTION DE LA STRATEGIE INTERNATIONALE.

Etre capable de :

- 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 internationale 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.

Etre capable de :

- 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 clientèle) 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 ;
 - 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.

Voies d'accès

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Avoir une expérience confirmée du commerce international

Base légale

Date d'échéance de l'enregistrement 31/12/2021

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rs/3051/>