DÉVELOPPEMENT À L'INTERNATIONAL

2100 € HT (tarif inter) | REF : -WEB1059
TARIF SPÉCIAL : particuliers et demandeurs d'emploi

Mettre en place une stratégie et une méthodologie pour gérer la présence et l'engagement de la marque ou de l'entreprise auprès de ses communautés.

PROGRAMME

Les fondamentaux du développement international

- Introduction au développement international et à l'expansion des entreprises à l'échelle mondiale.
- Analyse de l'environnement international : culture, économie, politique, réglementation, etc..
- Stratégies d'entrée sur les marchés internationaux : exportation, joint-venture, partenariat, etc..
- Étude de cas : exemples d'entreprises ayant réussi ou échoué dans leur développement international.

La recherche de marché international

- Étude de marché international : objectifs, méthodologies, sources de données, etc..
- Analyse des concurrents et de la demande : segments de marché, profil des consommateurs, tendances, etc..
- Analyse de la chaîne de valeur : identification des partenaires et des fournisseurs potentiels.
- Étude de cas : mise en pratique de la recherche de marché international.

La communication et la promotion à l'international

- Planification de la communication et de la promotion à l'international : adaptation du message publicitaire, choix des canaux de communication, stratégie de tarification, etc..
- Les enjeux de la gestion de la marque à l'échelle mondiale : gestion de la marque, développement de la marque, positionnement, etc..
- Développement de partenariats internationaux : partenaires commerciaux, intermédiaires, distributeurs, etc..
- Étude de cas : mise en pratique de la communication et de la promotion à l'international.

La gestion opérationnelle à l'international

- Gestion opérationnelle à l'international : logistique, chaîne d'approvisionnement, gestion des stocks, etc..
- Gestion des ressources humaines à l'échelle mondiale : recrutement, formation, rétention, etc..
- Gestion des risques : risques politiques, économiques, financiers, etc..
- Étude de cas : mise en pratique de la gestion opérationnelle à l'international.

La stratégie de croissance à l'international

- Les défis de la croissance internationale : développement de nouveaux produits, expansion géographique, acquisition d'entreprises, etc..
- Les stratégies de croissance à l'international : différenciation, diversification, intégration verticale, etc..
- Planification de la croissance internationale : alignement des objectifs, des ressources et des processus.
- Étude de cas : mise en pratique de la stratégie de croissance à l'international.

Travaux pratiques : Etude de cas pratique d'une entreprise ayant réussi son expansion à l'international

Management et coordination à l'international

- Les défis du management interculturel : communication, négociation, leadership.
- La coordination et la gestion des équipes internationales.
- La gestion des différences culturelles en matière de leadership, de communication et de gestion des conflits.
- Les meilleures pratiques pour favoriser la collaboration et l'efficacité des équipes internationales.

Travaux pratiques : Etude de cas : Analyse des stratégies et des pratiques de l'entreprise pour réussir son expansion à l'international

DÉVELOPPEMENT À L'INTERNATIONAL

2100 € HT (tarif inter) | REF : -WEB1059
TARIF SPÉCIAL : particuliers et demandeurs d'emploi

5 JOURS | **35** HEURES

Aspects juridiques et fiscaux du développement international

- Les enjeux juridiques et fiscaux dans les opérations internationales : taxes, réglementations, propriété intellectuelle.
- Les différentes structures d'entreprise pour l'expansion internationale : filiales, succursales, franchises.
- Les accords de libre-échange et leurs implications pour l'entreprise.
- Les meilleures pratiques pour se conformer aux lois et réglementations internationales tout en optimisant la rentabilité..

Travaux pratiques : Travail à rendre : Quels sont Les meilleures pratiques pour réussir son développement à l'iinternational

Gérer les différences culturelles pour réussir à l'international

- Comprendre les différences culturelles dans les affaires internationales.
- Les impacts des différences culturelles sur les pratiques commerciales.
- Les différentes approches pour gérer les différences culturelles.
- La communication interculturelle : éviter les malentendus et les incompréhensions.
- Les stratégies pour construire une équipe internationale efficace malgré les différences culturelles.

Travaux pratiques : Cas pratiques et exercices pour mettre en pratique les connaissances acquises

OBJECTIFS

Comprendre les fondamentaux du développement international et les enjeux de l'expansion des entreprises à l'échelle mondiale Savoir effectuer une étude de marché international et analyser la demande, la concurrence et la chaîne de valeur Maîtriser la communication et la promotion à l'international, ainsi que la gestion opérationnelle et les risques associés Développer une stratégie de croissance internationale efficace en alignant les objectifs, les ressources et les processus

PUBLIC | PRÉREQUIS

PUBLIC
Chefs de projet Web Responsables de communication, responsables marketing Attachés de presse
PRÉREQUIS
Connaissance du Community management et des réseaux sociaux

INFOS PRATIQUES

HORAIRES DE LA FORMATION
de 9 h 00 à 12 h 30 et de 13 h 30 à 17 h 00
MÉTHODOLOGIE PÉDAGOGIQUE
Théorie | Cas pratiques | Synthèse
MODALITÉS D'ÉVALUATION
Évaluation qualitative des acquis tout au long de la formation et appréciation des résultats

DATES ET LIEUX

Aucune session ouverte