

Valeur de l'offre et modèle économique de développement : les clés pour réussir à l'international

- **L'international**
 - Une véritable opportunité pour démultiplier votre potentiel de croissance
 - Accessibilité à tous
 - Nécessité de motivation et d'engagement de la part des dirigeants
 - Une priorité stratégique pour l'entreprise compte tenu des enjeux
- **2 problématiques caractérisent le développement international**
 - Une problématique de marché
 - Quel marché cibler ?
 - Quelle offre proposer ?
 - Comment délivrer cette offre sur le marché ?
 - Une problématique d'accès à un marché
 - Eloignement géographique
 - Existence de nombreuses barrières : administratives, culturelles
 - Existence de risques financiers pays et clients
- **Importance de la réflexion stratégique amont**
 - Définir précisément votre marché cible
 - Définir une offre ayant de la valeur sur ce marché
 - Faire un choix de modèle économique de développement
 - Pour des exportateurs expérimentés, élaborer une véritable stratégie de développement international

- **Proposer au marché une offre ayant de la valeur**
 - Valeur de l'offre = valeur perçue par le marché
 - A ne pas confondre avec la valeur de l'offre que l'entreprise souhaite ou croit délivrer sur le marché
 - L'objectif : maximiser la valeur de votre offre
- **Comment définir ou faire évoluer cette offre ?**
 - Par une connaissance approfondie du marché cible
 - Compréhension des attentes des clients, de leur profil, de leur processus de référencement
 - Analyse des offres existantes (concurrents directs et substituts)
 - Segmentation de votre marché cible
 - Compréhension et actualisation des données stratégiques qui régissent chacun des segments : caractérisation par des données environnementales, identification des facteurs clés de succès, définition du jeu concurrentiel
 - Par évaluation de la valeur de votre offre sur le marché
 - Evaluation qualitative par les acteurs du marché
 - Evaluation de votre position concurrentielle sur le marché

 Identifier les attributs qui contribueront à renforcer la valeur de votre offre

Un choix stratégique : le modèle économique de développement

- **Comment délivrer son offre sur le marché ?**
 - Choix d'un modèle économique de développement => importance d'aligner vos ressources conformément aux attributs qui caractérisent votre offre
 - Quelle allocation de ressources ?
 - Quelles ressources ? externalisation / internalisation
 - Si externalisation, quel type de partenaire?
 - Cas des primo exportateurs => en général ressources externalisées pour le développement commercial
 - Importance du choix du partenaire : a-t-il les atouts requis pour délivrer l'offre souhaitée sur le marché ?
 - Choix stratégique à opérer parmi les profils : importateurs, grossistes, distributeurs, agentsvoire choix du direct
 - Bien qu'externalisé, importance d'en conserver le contrôle => partenariat à installer
 - Définir précisément son périmètre d'action
 - Etablir une stratégie commerciale et marketing avec le partenaire : plan d'actions commerciaux, plan marketing
 - Etablir clairement la répartition des charges induites par la mise en oeuvre de la stratégie
 - Mettre en place en interne un suivi du partenaire => nécessité d'allouer des ressources dédiées
 - Cas d'entreprises plus expérimentées => évolution du modèle vers une internalisation plus ou moins poussée des moyens
 - Mise en place de bureaux commerciaux, de filiales commerciales, de filiales industrielles en rapport avec la stratégie de développement optée

- **A défaut de ressources internes dédiées, et compte tenu de la diversité des situations pays, nécessité d'un accompagnement**
 - Pour accéder à des informations sur le marché
 - Existence d'un certain nombre de sources d'information accessibles à distance (www.ubifrance.fr, www.missioneco.org ...)
 - Mais nécessité de relais locaux pour approfondir votre analyse
 - Pour vous aider à positionner votre offre sur le marché
 - Pour gérer la problématique culturelle (barrière de la langue, caractéristiques de la négociation, ...)
 - Pour faire une recherche de partenaires
 - Pour engager certaines démarches administratives ou juridiques
 - Pour vous aider à gérer le risque financier de vos opérations

- **Existence d'actions collectives ou individuelles, menées à l'échelle du département et/ou de la région, visant à vous informer sur l'international et sur certains pays**
 - Rencontres sur le thème de l'international, salons professionnels à l'étranger, rencontres avec des acheteurs, rencontres pays avec parfois des spécificités sectorielles

- **Vos interlocuteurs privilégiés**
 - Les CCI , les Chambres des Métiers, la DRCE, la COFACE, UBIFRANCE, les groupements d'industriels, des experts pays ou sectoriels indépendants...



CREEZ DE LA VALEUR A L'INTERNATIONAL

CONTACT

Hélène Sigé Florant

helene.sige@inteva.fr

+ 33 (0) 6 12 30 80 81

www.inteva.fr