Stratégie pour l'exportation et l'internationalisation des PME

CATEGORIE : C

Vue d'ensemble

Domaine(s) d'activité professionnel dans lequel(s) est utilisé la certification :

Transverse : ■ **tout secteur**

Code(s) NAF : **94.99Z**

Code(s) NSF : **310m**

Code(s) ROME : **M1302**

Formacode : —

Date de création de la certification : **22/06/2017**

Mots clés : **Entreprise**, **International**, **Export**, **STRATEGIE**

Identification

Identifiant : **3051**

Version du : **11/07/2017**

Références

Consensus, reconnaissance ou recommandation :

Formalisé :

- [ANALYSE DU COMMERCE EXTERIEUR](#)

Non formalisé :

- **66% des entreprises qui ont suivi le programme ont augmenté leur effectif, 44% ont augmenté leur CA l'année concernée, et 62 % ont augmenté leur CA export; 20% ont réalisé de la croissance externe.**

Descriptif

Objectifs de l'habilitation/certification

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.

Lien avec les certifications professionnelles ou les CQP enregistrés au RNCP

- non

Descriptif général des compétences constituant la certification

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

Public visé par la certification

- Dirigeant de PME-PMI/ ETI; responsable export, demandeur d'emploi en recherche de reprise d'entreprise à développer à l'international

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.

Modalités générales

La formation est proposée en présentiel dans le lieu de formation, en entreprise et en formation distancielle (plateforme de tutoriels en ligne/ E-Learning).

La partie présentielle est organisée sur 10 journées de 7 heures soit 70 heures réparties sur

-5 journées de formation collective/35 heures

-1 journée de formation action /7 heures (dite revue stratégique initiale)

- 4 journées de formation intra-entreprise sur mesure/28 heures

réparties sur un an afin de répondre aux exigences et contraintes des dirigeants et de permettre le murissement nécessaire pour la mise en œuvre des compétences acquises.

La pédagogie proposée repose sur un triptyque : apport et actualisation des connaissances sur le sujet du développement international ; échanges d'expériences et partage de savoir-faire entre pairs pour confronter expertise à expérience (études de cas, travaux en sous-groupes, situations vécues, analogies..) et apport de compétences individuelles par de la formation sur mesure intra entreprise.

La partie distancielle est accessible à volonté par l'intermédiaire d'une plateforme de tutoriels en lignes (appelée Stratexio Académie) à laquelle accède le dirigeant grâce à ses codes de connexion personnalisés.

Liens avec le développement durable

niveau 1 : Certifications et métiers qui internalisent le développement durable. Les activités et compétences mobilisées mettent en oeuvre des matériaux et produits moins polluants

Valeur ajoutée pour la mobilité professionnelle et l'emploi

Pour l'individu

La formation « Stratégies pour l'Exportation et l'Internationalisation » a pour objectif d'accompagner la montée en compétences des dirigeants sur le développement international des entreprises. Elle a pour but l'amélioration de la pratique professionnelle, le perfectionnement des connaissances et l'acquisition de nouvelles compétences des dirigeants en termes d'internationalisation des entreprises. Elle vise l'adaptation aux changements qu'ils soient liés aux techniques, à l'environnement ou aux conditions particulières de la vie économique mondialisée (faire face à la complexité de l'évolution des marchés, et donc se préparer à une meilleure adaptabilité pour développer l'entreprise et faire face aux éventualités, risques du marché (rachat, joint venture) etc)... Cette formation améliore donc in fine l'employabilité des dirigeants sur des postes à haute valeur ajoutée de direction d'entreprise internationalisée.

Pour l'entité utilisatrice

Confrontées à la mondialisation de l'économie, les entreprises doivent se conformer aux exigences des marchés mondiaux et se préparer à la concurrence étrangère sur leur marché en se préparant, anticipant pour mieux péreniser leur activité et en préparant leurs équipes à l'internationalisation de leur structure pour mieux résister face à la concurrence mondiale et conquérir de nouveaux marchés.

Evaluation / certification

Pré-requis

Avoir une expérience confirmée du commerce international

Compétences évaluées

LA CONCEPTION DE LA STRATEGIE INTERNATIONALE.

Centre(s) de passage/certification

- Stratexio, 55 avenue Bosquet. 75007 Paris

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'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.

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 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.

Niveaux délivrés le cas échéant (hors nomenclature des niveaux de formation de 1969)

non

La validité est Temporaire

5 ans

Possibilité de certification partielle : oui

Étendue de la certification partielle :

Possibilité d'approfondir les modules sur la conception de la stratégie internationale ou la mise en œuvre de la stratégie internationale.

Durée de validité des composantes acquises :

5 ans

Durée accordée pour valider les composantes manquantes :

3 ans

Matérialisation officielle de la certification :

validation des modules sur la base des réalisations effectuées dans l'entreprise pendant la formation.

Plus d'informations

Statistiques

42 dirigeants de PME suivent ou ont suivi le programme Stratexio. Sur le premier panel ayant achevé 1 année complète de programme, 66% des entreprises ont augmenté leur effectif, 44% ont augmenté leur CA l'année concernée, et 62 % ont augmenté leur CA export; 20% ont réalisé de la croissance externe.

Autres sources d'information

—