



Développement de l'internationalisation en 12 étapes : Autoévaluation

MISSION	QUESTIONS ET POINTS À PREND EN COMPTE	Date d'Action Cible	Progrès - Observation	Révision -Actions
1. DÉFINISSEZ VOS OBJECTIFS		Étape 1 Date	Étape 1 Observation	Étape 1 Révision
Avant de débiter votre analyse concurrentielle, vous devez définir vos objectifs	Augmenter la rentabilité – les ventes			
Une compréhension de vos objectifs vous aidera grandement dans l'élaboration de votre plan	Réduire la dépendance au marché local			
Il est essentiel d'avoir des objectifs précis qui vous aideront à structurer la recherche	Croissance de l'entreprise – Générer des économies d'échelle			
	Devenir plus innovant – Acquérir de nouvelles connaissances			
2. IDENTIFIER VOS CONCURRENTS		Étape 1 Date	Étape 1 Observation	Étape 1 Révision
Examinez la liste de entreprises opérant sur le même marché	Dresser la liste de vos concurrents dans la vente au détail			
Effectuez une recherche Google/en ligne	Dresser la liste de vos concurrents dans la vente en gros			
Parlez à des clients potentiels – renseignez-vous sur « qui » d'autre ils pourraient envisager	Dresser la liste de tous nouveau produit ou artisan concurrent			
3. IDENTIFIER LES OPPORTUNITÉS D'EXPORT		Étape 1 Date	Étape 1 Observation	Étape 1 Révision
Quelles ouvertures sont actuellement disponibles dans le marché cible	Analyser les statistiques import-export			
Recherchez les entreprises en compétition dans le même marché	Parler avec des experts – les ACHETEURS			
Parlez à des clients potentiels – renseignez-vous sur « qui » d'autre ils pourraient envisager	Effectuer des analyses des rapports de vente			
Si possible, rendez vous dans les boutiques physiques et effectuez-y des recherches	Examiner les tendances et les nouveaux produits mis sur le marché			
4. COMPAREZ LES PROPOSITIONS DE VALEUR DES CONCURRENTS		Étape 1 Date	Étape 1 Observation	Étape 1 Révision
Pour développer une proposition de Valeur qui rende votre offre unique, vous devez connaître la position à laquelle se placent vos concurrents	Passer en revue votre offre à vos concurrents sur le marché cible – Trouvez-vous un point pour vous différencier			
Analysez les pages internet de vos concurrents et porter attention à leurs avis peut vous permettre d'apporter une meilleure compréhension du marché concurrentiel	Ne pas se contenter d'analyser les déclarations de vos concurrents mais regardez également ce que les consommateurs en disent			
5. ENQUÊTE QUANTITATIVE		Étape 1 Date	Étape 1 Observation	Étape 1 Révision
Récoutez autant de données précises que possible en rapport avec le marché dans lequel opèrent vos concurrents	Évaluer vos chances par rapport aux chiffres. Examinez la taille et la rentabilité du secteur			

MISSION	QUESTIONS ET POINTS À PRENDRE EN COMPTE	Date d'Action Cible	Progrès - Observation	Révision -Actions
6. ENQUÊTE FONCTIONNELLE		Étape 1 Date	Étape 1 Observation	Étape 1 Révision
L'entreprise de vos concurrents, leur stratégie, leur tactique, leur voie d'accès au marché, leurs partenaires commerciaux	<i>Pouvez-vous copier leur processus, l'améliorer ou réaliser des économies en le faisant différemment?</i>			
7. DÉVELOPPER VOTRE PLAN D'EXPORTATION		Étape 1 Date	Étape 1 Observation	Étape 1 Révision
Une stratégie et des objectifs globaux, comprenant toutes les analyses préliminaires mentionnées ci-dessus	<i>Sections sur le marketing, le budget, les objectifs, le calendrier de mise en œuvre et l'information sur le marché</i>			
8. VOIE D'ACCÈS AU MARCHÉ		Étape 1 Date	Étape 1 Observation	Étape 1 Révision
Explorez et définissez les différentes options	<i>Options comprenant les partenaires commerciaux, les distributeurs, les agents de ventes</i>			
Inclure les coûts et les échéanciers	<i>Options comprenant les ventes directes aux clients des ventes en gros, au détail et des services de restauration</i>			
9. ATTEINDRE LE CLIENT		Étape 1 Date	Étape 1 Observation	Étape 1 Révision
Logistique de la livraison du produit	<i>Livraison directe</i>			
Inclure les coûts et les échéanciers	<i>Transport ou entrepôt de consolidation</i>			
10. MARKETING ET VENTES		Étape 1 Date	Étape 1 Observation	Étape 1 Révision
Élaborez un plan marketing pour introduire le produit dans un nouveau marché	<i>Support en magasin - -POS – Prix de lancement – Achats multiples</i>			
Vous devez définir un budget – choisir des plateformes – créer un message de vente	<i>Présence sur les réseaux sociaux, presse papier, publicité</i>			
11.SE FAIRE PAYER		Étape 1 Date	Étape 1 Observation	Étape 1 Révision
La partie la plus importante de tout le processus	<i>Vérifier la réputation de tout client potentiel</i>			
Il y a toujours un facteur de risque	<i>Votre banque peut vous conseiller sur les options de paiement ainsi que sur l'assurance-crédit à l'exportation</i>			
12.RÉGLEMENTATION & JURIDIQUE		Étape 1 Date	Étape 1 Observation	Étape 1 Révision
Conseils disponibles dans les Chambres de commerce, les agences gouvernementales et dans les organismes commerciaux	<i>S'assurer que vous recherchez et respectez vos obligations légales</i>			
Termes commerciaux - -Incoterms®	<i>Les règles incoterms® sont les règles qui régissent le monde de la vente des biens au niveau mondial</i>			
	<i>Examinez ceux qui conviennent le mieux à vos ventes à l'exportation</i>			