



Forum pour la formation en
commerce international

Ventes et marketing internationaux Description du cours et résultats d'apprentissage

Description du cours

Le cours *Ventes et marketing internationaux* met l'accent sur le marketing comme élément clé pour que le produit ou le service d'une organisation soit considéré comme répondant aux besoins et aux intérêts d'un marché cible international. Bien que le marketing puisse entraîner une demande, une stratégie de vente efficace est essentielle pour tirer profit de cette demande. Ce cours explique en détail les éléments dont une organisation doit tenir compte lorsqu'elle souhaite promouvoir ou vendre des produits et services au-delà des frontières nationales.

Le cours *Ventes et marketing internationaux* est un cours clé du programme FITThabilités, qui a été conçu pour les personnes autodidactes agissant à titre d'intervenants du commerce international depuis au moins deux à cinq ans. Le programme FITThabilités a été élaboré pour que vous puissiez, en tant qu'intervenant, vous assurer de disposer de toutes les compétences dont vous avez besoin pour tirer parti des occasions de commerce international qui se présentent à vous.

Modules inclus dans ce cours :

MARKETING DE PRODUITS ET DE SERVICES : attirer des clients internationaux
VENDRE AUX MARCHÉS INTERNATIONAUX : réseaux de vente, négociation et suivi
COMMERCE ÉLECTRONIQUE : utilisation de la technologie numérique pour accéder aux marchés internationaux

Notez : Le cours *Ventes et marketing internationaux* suppose que vous disposez des connaissances et des compétences commerciales et professionnelles nécessaires pour le commerce intérieur, car ces principes fondamentaux ne sont pas abordés dans le programme FITThabilités.

Résultats d'apprentissage du cours

Une fois ce cours réussi, l'apprenant sera en mesure :

1. D'adapter les produits et services précisément pour le marché international visé.

2. De développer une marque internationale répondant aux valeurs et préférences du marché cible.
3. D'élaborer un plan de vente et de marketing à l'international pour mener à bien l'entrée sur le marché et les stratégies concurrentielles.
4. De promouvoir la marque ainsi que les produits et services qui s'y rattachent afin de créer une demande dans le marché visé.
5. D'établir des réseaux de ventes, une stratégie de prix et des conventions de vente efficaces qui répondent aux exigences juridiques et réglementaires de façon à atténuer les risques tout en garantissant que toutes les parties retireront des avantages.
6. D'assurer la livraison des achats et un soutien à la clientèle efficaces de façon à susciter d'autres ventes dans l'avenir.
7. D'établir un commerce électronique qui s'appuie sur les avantages de la technologie numérique afin d'augmenter sa portée, de réduire ses coûts et d'améliorer l'expérience client.

Contenu du manuel

Module- Marketing de produits et de services : attirer des clients internationaux

Unité 1 : Adapter les produits et services

- Options d'adaptation
- Étude de marché
- Définir le client
- Valeur perçue des produits
- Valeur perçue des services
- Énoncés de proposition de valeur
- Améliorer la perception de la valeur
- Accélération de la croissance (« growth hacking »)
- Décisions d'adaptation

Unité 2 : Élaborer une stratégie concurrentielle

- Recueillir des renseignements sur la concurrence
- Évaluer les forces et les faiblesses d'une entreprise
- Facteurs à considérer
- Énoncé de positionnement

Unité 3 : Élaborer une stratégie de prix

- Les objectifs de l'entreprise
- Contraintes internationales en matière de prix
- Devise
- Canaux de distribution
- Coûts du commerce international
- Stratégies de prix

Proximité des frontières

Prix des services

Unité 4 : Élaborer une stratégie de marque

Ajustement de la marque

Conditions requises pour assurer la réussite de la marque

Identité de la marque

Protection de la marque

Marque mondiale

Unité 5 : Élaborer des stratégies promotionnelles

Exigences promotionnelles

Outils promotionnels

Ressources dans les marchés internationaux

L'approche des 4 E

Élaborer le message promotionnel

Unité 6 : Rédiger un plan de vente et de marketing

Planification et mise en oeuvre d'un cadre pour les ventes et le marketing à l'international

Intervenants de l'étude de marché

Contenu d'un plan de vente et de marketing à l'international

Module– Vendre aux marchés internationaux : réseaux de vente, négociation et suivi

Unité 1 : Établir des réseaux de ventes sur les marchés internationaux

Acteurs du réseau de vente

Réseaux de vente utilisés par les exportateurs qui vendent directement aux utilisateurs finaux

Fusion des rôles du réseau de vente

Autres réseaux de vente

Choisir un réseau de vente

Obstacles à l'accès au marché

Gérer des partenaires de chaîne

Ressources pour la mise sur pied de réseaux de vente

Lois relatives à la vente

Unité 2 : Effectuer la vente et le suivi

Se préparer à vendre

Exposés des avantages

Prendre des commandes

Surveiller la livraison de produits et la prestation de services aux clients

Service après-vente

Collecter et analyser les données sur les clients

Unité 3 : Négocier les modalités des conventions de ventes l'internationales

Se préparer à négocier

Au cours des négociations

Après les négociations

Module– Commerce électronique : utilisation de la technologie numérique pour accéder aux marchés internationaux

Unité 1 : Comprendre le contexte du commerce électronique

Qu'est-ce que le commerce électronique?

Avantages du commerce électronique

Environnement du commerce électronique

Défis propres au commerce électronique

Unité 2 : Réaliser des activités de commerce électronique

Déterminer les exigences du commerce électronique

Utiliser un modèle de commerce électronique intégré

Localiser des sites pour les marchés internationaux

Évaluer l'état de préparation organisationnelle et relever les lacunes

Internaliser ou externaliser

Implanter la plateforme de commerce électronique

Tester les fonctionnalités et lancer la plateforme

Unité 3 : Marketing soutenu par les technologies numériques

Méthodes de marketing numérique