

## FITThabilités, édition 7.3 — Plan de l'atelier

### Atelier : Marketing de produits et de services : attirer des clients internationaux

#### Description de l'atelier :

Cet atelier montre la façon de déterminer si les produits et services doivent être adaptés pour un marché international et, si tel est le cas, de quelle façon. Ensuite, nous y examinerons la façon d'élaborer une stratégie relative à la concurrence, la manière d'établir une stratégie de prix et les moyens de créer une marque internationale. Enfin, cet atelier traite du développement d'une stratégie promotionnelle.

Il s'agit du premier des trois ateliers du cours *Ventes et marketing internationaux*. Chaque atelier explore une phase de détermination de la faisabilité d'une initiative potentielle.

#### Programme FITThabilités :

L'atelier *Marketing de produits et de services* est un atelier clé de la septième édition 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.

#### Prérequis :

- Il n'y a aucun atelier recommandé préalable à l'atelier *Marketing de produits et de services*. Le cours *Ventes et marketing internationaux* est le cours de base du programme FITThabilités.
- L'atelier *Marketing de produits et de services* 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.

# Marketing de produits et de services : attirer des clients internationaux

## Plan de l'atelier

---

### Résultats d'apprentissage de l'atelier :

Une fois l'atelier réussi avec succès, l'apprenant sera en mesure de :

1. Concevoir, mettre en oeuvre et analyser les résultats d'une étude de marché liée aux besoins et à la perception de valeur des clients potentiels afin de soutenir les décisions portant sur l'adaptation des produits et services destinés à un marché international précis.
2. Développer une stratégie concurrentielle qui s'harmonise avec la stratégie d'entrée sur le marché de l'entreprise et qui contribue aux objectifs de vente et de marketing en tirant avantage des forces organisationnelles, des faiblesses des concurrents et des occasions présentes sur le marché cible.
3. Développer une stratégie de prix qui maximise les profits et atteint les objectifs commerciaux en pénétrant un marché, en s'appropriant une part de marché ou en positionnant un produit ou service dans un marché pour atteindre les objectifs commerciaux.
4. Élaborer une stratégie et une identité de marque qui véhiculent la promesse faite par l'entreprise à ses clients et qui font en sorte que ses produits et services se démarquent de ceux des concurrents.
5. Promouvoir la marque, les produits et les services en se basant sur une stratégie regroupant outils efficaces et messages adaptés à la culture afin de susciter l'intérêt et la demande dans le marché cible.
6. Mettre en oeuvre des stratégies de marketing qui répondent aux obligations légales du marché cible.
7. Développer un plan de vente et de marketing à l'international pour guider les activités relatives à la communication avec la clientèle, à la marque, au prix, à la promotion des produits et services et aux ventes.

### Calendrier :

Vous pouvez commencer quand bon vous semble. Les apprenants doivent terminer l'atelier dans un mois suivant leur inscription.

# Marketing de produits et de services : attirer des clients internationaux

## Plan de l'atelier

---

### Format de l'atelier :

Vous avez un mois pour suivre l'atelier à votre propre rythme et écrire l'examen. Vous recevrez votre manuel thématique en format électronique. À la fin de votre apprentissage, vous pourrez faire l'examen sommatif de l'atelier.

L'inscription à l'atelier vous permet d'accéder à d'autres ressources d'apprentissage, comme des notes d'orientation, des études de cas, des exemples de questions d'examen et les réponses aux exercices du manuel. Ces ressources supplémentaires vous donnent l'occasion d'appliquer vos nouvelles connaissances et d'évaluer votre progrès. Bien que ces ressources vous soient offertes, la seule exigence que vous devez respecter pour terminer l'atelier est de réussir l'examen.

### Ressources d'apprentissage :

L'atelier présente du contenu poussé sur les ventes et marketing internationaux en tant que partie intégrante des activités de commerce international. Il offre également :

- Une liste de vérification initiale pour vous permettre de « réfléchir à votre expérience » et vous aider à déterminer les sections sur lesquelles vous devrez passer le plus de temps et celles pour lesquelles vous possédez peut-être déjà des connaissances;
- Des exemples de cas qui portent sur des pratiques commerciales novatrices et appropriées, des exemples à l'international et des leçons tirées du domaine;
- De nombreux exemples de documents pour illustrer les exigences et les bonnes pratiques relatives à la chaîne de valeur mondiale;
- Des sections à la fin de chaque unité pour vous aider à renforcer et à appliquer vos nouvelles connaissances;
- Des possibilités d'apprentissage avancé à la fin de chaque unité pour vous permettre d'accroître la portée de votre application et vous aider à mettre vos nouvelles connaissances en lien avec des situations précises;
- Une liste de ressources recommandées pour en lire et en apprendre davantage sur les sujets présentés.

### Devoirs et évaluations formatives :

En plus des sections de chaque unité qui vous aideront à mettre en pratique votre apprentissage et à approfondir votre apprentissage dans diverses situations, vous trouverez une vérification finale à la fin du module. Ce questionnaire à choix multiples portant sur la matière vue dans l'atelier contient des exemples de questions et de réponses pour vous préparer à l'examen

## Marketing de produits et de services : attirer des clients internationaux

### Plan de l'atelier

---

sommatif. Ces questions sont également présentées sous forme de questionnaire interactif sur la plateforme d'apprentissage.

### Évaluation sommative/finale :

Lorsque vous serez prêt, vous pourrez passer l'évaluation finale. Il s'agit d'un examen à livre ouvert normalisé composé de 15 questions à choix multiples. Les apprenants disposent de deux heures pour y répondre en ligne. Vous pouvez faire l'examen n'importe quand, tant que vous le faites avant la date limite.

Pour accéder à l'examen :

1. Rendez-vous au [www.FITTforTrade.com](http://www.FITTforTrade.com)
2. Cliquez sur CONNEXION, puis entrez votre identifiant et votre mot de passe FITT
3. Cliquez sur le menu **Étudiants FITT** (menu vertical à gauche), puis sur **Centre d'examens** en ligne et sur **Connectez-vous maintenant pour commencer votre examen**, ce qui vous redirigera vers le centre d'examens en ligne

Un crédit est attribué lorsque les apprenants atteignent la note de passage ou la note de réussite avec distinction à l'examen. Ces crédits comptent pour obtenir des titres de compétences d'affaires FITT.

Réussite avec distinction	PWD	85% ou plus
Réussite	P	65% à 84%
Échec	F	64% ou moins

### Diplômes et titres de compétences FITT :

FITT offre trois titres de compétences en commerce international, selon les compétences acquises dans le cadre du programme FITThabilités. Ces titres de compétences attestent vos connaissances et votre expertise en commerce mondial. Chaque titre s'obtient en fonction des critères suivants :

#### Certificat en commerce international FITT

Ce certificat est décerné aux personnes qui ont réussi (3) trois cours FITThabilités ou leur équivalents (3 crédits). *Note : La réussite d'un atelier permet aux apprenants d'obtenir un crédit partiel pour le cours dont l'atelier est issu.*

## Marketing de produits et de services : attirer des clients internationaux

### Plan de l'atelier

---

#### Diplôme en commerce international FITT

Ce diplôme est décerné aux personnes qui ont réussi (6) six cours FITThabilités ou leur équivalents (6 crédits). *Note : La réussite d'un atelier permet aux apprenants d'obtenir un crédit partiel pour le cours dont l'atelier est issu.*

Le titre de professionnel accrédité en commerce international (PACI® | FPAI®) s'applique aux personnes qui :

- Ont obtenu leur diplôme FITT;
- Possèdent au moins un an d'expérience de travail pratique, conformément à l'exigence du FITT;
- Respectent les normes de conduite éthique du PACI® | FPAI®;
- Se sont engagées à faire du perfectionnement professionnel continu dans le domaine du commerce international.

#### Politiques :

1. **Politique de report** : Les demandes de report d'évaluation doivent être soumises à FITT avant la date limite des évaluations. Les étudiants peuvent demander un report pour un maximum de 30 jours. Un maximum de trois (3) reports par évaluation est autorisé. Cette politique de report s'applique à toutes les évaluations FITT et aux reprises d'évaluation. Vous pouvez demander le report d'une évaluation en remplissant un **formulaire de report d'évaluation**.
2. **Politique de reprise** : Vous pouvez reprendre une évaluation FITThabilités échouée dans les 90 jours suivant la date limite initiale. Il n'y a aucune limite au nombre de fois que vous pouvez reprendre une évaluation. Cependant, chaque reprise doit avoir lieu dans les 90 jours suivant la date limite de la reprise précédente, et des frais de 100 \$ plus les taxes sont applicables par reprise. Vous pouvez demander de reprendre une évaluation en remplissant un **formulaire d'inscription à une évaluation**.
3. **Accord de non-divulgaration** : Les réponses aux exercices, aux études de cas et aux questions de vérification finale sont confidentielles. Il vous est expressément interdit de divulguer, de publier, de reproduire ou de transmettre le contenu de ce document, ou du contenu essentiellement similaire, en tout ou en partie, sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit, verbalement ou par écrit, de façon électronique ou mécanique, pour quelque fin que ce soit. En vous inscrivant à cet atelier, vous acceptez de ne pas divulguer, publier, reproduire ni transmettre le contenu, ou le contenu essentiellement similaire, de ce document, en tout ou en partie, sous quelque forme que ce soit, par quelque moyen que

## Marketing de produits et de services : attirer des clients internationaux

### Plan de l'atelier

---

ce soit, verbalement ou par écrit, de façon électronique ou mécanique, pour quelque fin que ce soit. Les contrevenants seront poursuivis.

4. **Impression du matériel** : L'impression n'est permise que pour une utilisation personnelle. Aucune partie du matériel sur cette plateforme ne peut être reproduite ni transmise sans l'autorisation préalable de FITT. Les contrevenants seront poursuivis.

### Table des matières

#### Marketing de produits et de services : attirer des clients internationaux

Introduction

Avant propos

Nouveautés

Résultats d'apprentissage du cours/module

L'approche modulaire

Réfléchissez à votre expérience

Références intermodulaires

Appliquez vos connaissances

Apprentissage avancé

Ressources recommandées

Présentation : Ventes et marketing internationaux

Organisation du texte

Résultats d'apprentissage du cours

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

Présentation

Résultats d'apprentissage du module

Réfléchissez à votre expérience

#### **Unité 1 : Adapter les produits et services**

Pourquoi est-ce important?

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

# Marketing de produits et de services : attirer des clients internationaux

## Plan de l'atelier

---

Accélération de la croissance (« growth hacking »)

Décisions d'adaptation

Appliquez vos connaissances

Apprentissage avancé

### Unité 2 : Élaborer une stratégie concurrentielle

Pourquoi est-ce important?

Recueillir des renseignements sur la concurrence

Évaluer les forces et les faiblesses d'une entreprise

Facteurs à considérer

Énoncé de positionnement

Appliquez vos connaissances

Apprentissage avancé

### Unité 3 : Élaborer une stratégie de prix

Pourquoi est-ce important?

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

Appliquez vos connaissances

Apprentissage avancé

### 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

Appliquez vos connaissances

Apprentissage avancé

### Unité 5 : Élaborer des stratégies promotionnelles

Pourquoi est-ce important?

Exigences promotionnelles

Outils promotionnels

# Marketing de produits et de services : attirer des clients internationaux

## Plan de l'atelier

---

Ressources dans les marchés internationaux

L'approche des 4 E

Élaborer le message promotionnel

Appliquez vos connaissances

Apprentissage avancé

### Unité 6 : Rédiger un plan de vente et de marketing

Pourquoi est-ce important?

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

Appliquez vos connaissances

Apprentissage avancé

### Sommaire du module

Vérification finale

Ressources recommandées

Glossaire

### Annexes

Annexe A : Modèle de plan de vente et de marketing à l'international

Annexe B : Modèle de plan marketing d'une page

Notes