



Commercialisation et exportation : de local à mondial
16 novembre 2011





Les freins à la croissance...de nos PME

- La rareté des ressources
- L'expérience limitée...
- L'improvisation
- Etc...

L'absence d'une démarche structurée
(plan à l'international)

Pourquoi se préparer?

Ligne directrice (fini l'improvisation)

Réduire les risques

Se montrer séduisant!

Questions à poser...

1. Pourquoi exporter?
 2. Quelle est votre réelle motivation?
 3. Pourquoi avez-vous choisi ce pays X ?
 4. Quel est votre proposition de valeur?
- ✓ La direction a-t-elle les capacités et les moyens de ses ambitions ?

Questions qui nous sont posées!

Peu importe la taille de l'entreprise et sa provenance!

- Où?
- Comment?
- Et faut faire vite!

Démarche structurée...

- Évaluation de sa capacité à l'international
- Identification du marché
- Évaluation des ressources
- Visite de marchés
- Évaluation du modèle d'affaires
- Implantation

Évaluation de sa capacité à l'International

- Diagnostic interne
 - Forces et faiblesses
 - Plans d'action

Identification du marché

- Travail préliminaire
 - Recherche d'étude de marchés
 - Ministères
 - Associations
 - Internet
 - Séminaires (équipe de direction)
 - Opportunités?
 - Défis?
 - Information stratégique (réseaux, associations)

Évaluation des ressources

- Engagement de la direction
- Outils de gestions
- Équipe dédiée à l'international (impartition)
- Financières
- Capacités (humaines, productions)
- Connaissance des marchés

Visite du marché

- Prévoir de 2 à 4 voyages
 - Plus d'une région? Pays?
 - Missions solo, associations, ministères...
 - Comprendre la chaîne d'approvisionnement
- Fiscalités
- Environnement légale
- Brevets, PI, marque de commerce

Validation du modèle d'affaires

- Modes d'entrée:
 - Représentant
 - Distributeur
 - Joint-venture
 - Licence
 - IDE
- Adaptation ou modification du produit?
- *Ressources humaines (pays et à l'étranger)*
- Culture d'affaires, langues.
- Détermination du budget (2 à 3 ans)

Implantation

- Négociation
- L'équipe dédiée
- Les suivis

Conclusion

- Les ressources sont limitées
- Les possibilités sont illimitées
- ✓ Faut savoir se démarquer pour identifier :
 - Le bon marché
 - Le bon mode d'entrée
 - Les bonnes ressources aux projets.

Quelques exemples...

- Marché américain
- Marché Européen
- Marché Asiatique
- Marché Amérique Latine



Merci.
Des questions? Des commentaires?

Julie Carrier

Directrice-Développement des marchés extérieurs

Québec International

jcarrier@quebecinternational.ca

Jean-François Normand

Directeur régional, Expansion mondiale

BDC

Jean-francois.normand@bdc.ca

