Conception et pilotage de la stratégie de développement à l'international

Eligible CPF

Bac+3

100% en ligne

Durée estimée*:
120h
4 mois

Tarif pour les particuliers :
1 390 € TTC

Lieu :
100% en ligne

Démarrage :
A tout moment de l'année

Certification :
Bloc de compétences
Niveau 6
(Bac+3)

En partenariat académique avec ESG

Apprenez à réaliser une veille commerciale, définir la stratégie marketing et commerciale d'une organisation et concevoir un plan d'action commercial...le tout dans un contexte international !

Vous serez capable de :

- Réaliser une veille commerciale
- Contribuer à la définition des profils client type (buyer personas)
- Contribuer à la définition de la stratégie marketing et commerciale internationale
- Concevoir un plan d'action commercial international

Vous obtiendrez à l'issue de la formation : (?)

Attestation reconnaissant l'acquisition d'un bloc de compétences

Bloc de compétences 1 "Elaborer un plan de développement commercial" du Titre RNCP "Responsable développement commercial" de ESG-ECOLES DE COMMERCE, niveau 6 enregistré au RNCP par arrêté du 11/07/2018 publié au Journal Officiel du 21/07/2018

Attestation de fin de formation studi & ESG

(?) : Sous réserve de réussite aux épreuves finales

Inclus dans votre formation :

- **Cours écrits et vidéos à la demande**
- **Accès illimité aux 4 000 cours du soir* en direct et replay**
- **Accompagnement pédagogique personnalisé**
- **Projets professionnels**
- **Coaching carrière**
- **Accès illimité à Studi + pendant 2 ans**
- **Frais de dossier et d'inscription****
- **Garantie Réussite 2 ans et Garantie Diplômé ou Remboursé*****

**Nombre moyen de cours du soir en direct observés sur les 12 derniers mois (organisés majoritairement à partir de 18h)*
***Hors Diplômes d'État*
****Voir les **CGV** Studi*
**** Sous réserve d'acceptation. Vous disposez d'un délai de rétractation. **Voir conditions**

*La durée en heures et en mois est une durée moyenne estimée pour la réalisation de la formation. La durée de réalisation effective peut être, selon chaque apprenant, inférieure ou supérieure à la durée estimée, sans incidence sur le tarif de la formation. La durée indiquée est donnée à titre indicatif et n'est pas contractuelle. Elle sera précisée lors de votre entretien avec votre conseiller en formation.
** Voir les CGV Studi

Programme détaillé

Les fondamentaux du commerce international

Connaître le contexte à l'international et ses enjeux

- L'Environnement économique international"
- Les risques des marchés étrangers
- Pourquoi se diversifier à l'international
- Les fondamentaux de la géoéconomie et de la géostratégie
- L'analyse de la compréhension des marchés
- Les politiques et stratégies d'entreprise
- Bien connaître le contenu et le rôle des documents du commerce international
- Les règles concernant les contrats de distribution

Identifier les spécificités de l'Union Européenne

- Les bases de la construction européenne
- Les institutions et le fonctionnement de l'UE
- Les enjeux, défis et avenir de l'UE
- L'UE, l'Europe et le monde
- Les fondamentaux et les enjeux du Brexit

Conception et pilotage de la stratégie de développement à l'international

Explorer son marché et la concurrence

- Les outils d'aide à l'analyse
- Les outils d'analyse du portefeuille d'activités
- Les objectifs des diagnostics stratégiques
- Pas à pas - L'analyse stratégique
- Le panorama des sources d'information off-line et on-line
- Les outils de surveillance et de recherche
- Diffuser l'information
- Application : réaliser une veille commerciale

Comprendre les enjeux de la veille en entreprise

- Le concept de veille et sa méthodologie
- La veille informationnelle
- La veille concurrentielle et sectorielle
- La veille en communication
- La veille commerciale
- La veille sociétale/comportementale
- La veille et l'innovation
- Le benchmark
- L'exploitation des outils de business intelligence

Mettre en oeuvre une méthodologie de veille

- Organiser un dispositif de veille efficace
- Le panorama des sources d'information off-line et on-line
- Les outils de surveillance et de recherche
- Présenter le résultat de sa veille
- Diffuser l'information
- Application : réaliser une veille commerciale

Comprendre les études marketing

- Les fondamentaux des études marketing
- La traduction d'une problématique marketing en objectif d'étude
- Le choix d'une méthodologie selon ses besoins
- Les études qualitatives
- La mise en oeuvre d'études qualitatives
- La création d'un échantillon pour étude qualitative
- Les types d'études quantitatives
- La réalisation d'une enquête
- Les méthodes d'échantillonnage
- Les instituts d'étude
- La réalisation des études en interne

Identifier les liens entre stratégie marketing et études

- De la démarche stratégique à l'objectif
- La segmentation stratégique
- Le ciblage
- Le comportement individuel et social du consommateur
- Les insights consommateurs
- L'historique, la typologie et la création de personas

Exploiter les études données dans la démarche marketing

- De l'étude de marché au produit
- De l'étude de marché au positionnement
- De l'étude de marché au mix marketing
- Application : Apprendre à exploiter les études de données dans la démarche marketing

Elaborer le mix marketing en fonction de la stratégie

- Mix marketing et plan marketing
- Mix marketing : le produit
- Mix marketing : le prix
- Mix marketing : la communication
- Mix marketing : la distribution
- Pas à pas - Le mix marketing

Concevoir un plan marketing stratégique

- Le plan d'action commercial et marketing
- La structure d'un plan marketing stratégique
- Animation du plan d'action marketing
- La formulation du positionnement
- La gestion du portefeuille de marques
- Positionnement et image
- La stratégie de Responsabilité Sociétale de l'entreprise

Définir des objectifs marketing et commerciaux pertinents

- Le choix des objectifs stratégiques
- La notion d'objectifs
- La fixation d'objectifs
- La mise en oeuvre de tableaux de bord marketing
- De la démarche stratégique à l'objectif
- L'importance de la formulation des objectifs
- Objectifs et moyens d'action
- Pas à pas - Le plan marketing
- Application : Définir des objectifs Marketing et

commerciaux

Concevoir un plan marketing international

- Les conditions d'accès aux marchés étrangers
- Déterminer les opportunités sur les marchés étrangers
- Choisir efficacement son modèle de communication en fonction des pays
- Définir la stratégie commerciale à l'international
- L'étude de marché à l'international

Structurer les étapes en fonction de la stratégie de l'entreprise

- Les généralités sur le plan d'actions commerciales
- La segmentation du portefeuille prospects et élaboration du PAC
- La méthode ABC
- Construction d'un plan d'action commercial : les éléments indispensables
- Construction d'un plan d'action commercial : les actions
- Construction d'un plan d'action commercial : les acteurs
- Construction d'un plan d'action commercial : les objectifs et les résultats attendus
- Construction d'un plan d'action commercial : le calendrier

Construire les actions à mettre en oeuvre

- Les spécificités sectorielles du développement commercial en BtoB
- Les spécificités sectorielles du développement commercial en BtoC
- Les spécificités sectorielles du développement commercial en Retail
- Les spécificités du PAC en e-business
- Pas à pas : le plan d'action commerciale

Piloter le plan d'action commercial

- Le pilotage de l'action commercial
- L'évaluation des conséquences sur la stratégie commerciale et le résultat
- L'importance des KPI
- La mise en place d'un tableau de bord et le suivi des KPI
- La définition des KPI dans un PAC
- Les KPI en e-commerce
- Application : Aligner le PAC sur la stratégie de l'entreprise

Budgéter un plan d'action commercial

- Les tableaux de bord
- Les investissements commerciaux et leur rentabilité
- L'élaboration du budget commercial
- L'effet des offres commerciales

Utiliser le plan d'action commerciale comme outil fédérateur

- La récolte et compilation des informations et enjeux nécessaires
- La communication avec les différents acteurs pertinents
- La division de collaborateurs internes et externes

Elaborer une stratégie commerciale à l'international

- Adapter ses pratiques pour gérer son réseau
- Maîtriser les étapes du plan de vente dans le contexte d'une vente avec un partenaire étranger
- Choisir un mode d'implantation adapté
- Fidéliser ses réseaux
- La procédure relative au crédit documentaire
- Les intermédiaires financiers
- Les partenaires financiers
- Application - Elaborer une stratégie commerciale à l'international

Modalités

Financement :

Salarié, demandeur d'emploi, étudiant, indépendant, quel que soit votre statut, il existe en France de nombreuses solutions pour financer jusqu'à 100% vos projets de formation. Selon votre situation, vous pouvez être éligible à un ou plusieurs dispositifs.
Contactez un conseiller en formation pour tester votre éligibilité et obtenir un financement jusqu'à 100%.

Conditions d'admission :

Pour entrer en formation préparant au Titre visé, le candidat doit :

- Etre titulaire d'une certification de niveau 5 d'un bac +2 ou d'un diplôme équivalent (diplôme étranger...), ou avoir validé 120 crédits ECTS avec une expérience professionnelle dans le secteur visé de minimum 24 mois

OU

- Être titulaire d'un Baccalauréat et justifier d'une expérience professionnelle dans le secteur visé de 36 mois

Dérogations spécifiques :

- Si le candidat ne dispose pas de l'expérience professionnelle ou du diplôme requis, le candidat devra présenter un dossier démontrant sa capacité à valider la certification professionnelle (VAP, attestation employeur ou autres preuves d'une expérience professionnelle, personnelle ou associative permettant l'acquisition de compétences connexes...). Ce dispositif de valorisation des acquis se rapprocherait d'une VAE Mixte

Pour toute autre situation, contactez un conseiller en formation qui étudiera votre profil pour étudier votre admissibilité.

Examen :

Mois d'examen : Juin, Décembre
Lieu : En ligne
Pour valider l'acquisition du bloc de compétences, le candidat sera évalué selon les modalités suivantes :

- Réalisation d'un projet portant sur une situation d'entreprise
- Réalisation d'une vidéo de 10 minutes portant sur un plan d'action commerciale

Certification :

Certification : Bloc de compétences 1 "Elaborer un plan de développement commercial" du Titre RNCP "Responsable développement commercial" de ESG-ECOLES DE COMMERCE, niveau 6 enregistré au RNCP par arrêté du 11/07/2018 publié au Journal Officiel du 21/07/2018
Certificateur : ESG-ECOLES DE COMMERCE
Consultez la fiche RNCP sur le site de France Compétences

Déroulement et accompagnement des formations

Déroulement de la formation

- **Inscription** et démarrage tout l'année
- **Possibilité de se connecter de façon illimitée** et à tout moment dans le cadre du complément de la formation et au-delà des heures de formations prévues,
- **Planning individualisé** en fonction des contraintes de l'apprenant et selon la fin de formation contractuelle (tel que vu avec le conseiller pédagogique et affiché sur la plateforme de formation dans la rubrique planning).
- Pendant toute la durée de la formation, l'apprenant réalisera **différentes activités d'apprentissage** FOAD portées par la plateforme de formation en ligne et par les applications mobiles mises à disposition par STUDI. Il sera en relation permanente avec l'équipe pédagogique de STUDI et aura accès progressivement à l'intégralité des ressources de cours et aux évaluations.
- **Accompagnement** à la recherche de stage.

Accompagnement personnel et individualisé, avec :

- **Un accès illimité** à la plateforme de formation digitale et sur applications mobiles, à l'ensemble des ressources et prestations d'accompagnement, est offert à l'apprenant pendant la durée de sa formation.
- **Un accompagnement individuel** régulier de la part de l'équipe de l'Education Team : avec l'accompagnement méthodologique et motivationnel par les conseillers pédagogiques de la Student Success et suivi de l'assiduité par les assistants de formation de la Training assistance.
- **Des formateurs, enseignants et professionnels** choisis en fonction de leur expertise, de leurs diplômes et de leur expérience professionnelle apportent un accompagnement sous 24h ouvrées maximum, avec réponse aux forums des cours, messageries privées, animation de live pédagogiques et corrections personnalisées de devoirs.
- **La première communauté française** d'apprentissage en ligne pour une collaboration et progression entre pairs.
- **Des applications web et mobiles IOS/Android.**
- **Un accompagnement personnalisé** vers l'emploi par le Career Center.

Une assistance technique est assurée par le Service informatique pour assister l'Apprenant dans l'usage des outils et de ses fonctionnalités.

Accessibilité handicap

Pour tout besoin spécifique en termes d'adaptation des canaux d'apprentissage au type de trouble ou de handicap, d'aménagement des évaluations et des examens, ou encore de renforcement des appels de coaching, etc, une équipe de correspondants-référents handicap est à la disposition de l'apprenant via handicap@studi.fr