

Organiser un réseau de vente à l'international

Pour qui ?

Directeurs commerciaux, directeurs export, directeurs des ventes, responsables du développement international et toute personne chargée de recruter et d'animer des forces de vente à l'international

Objectifs

Cette formation vise à augmenter de manière significative l'efficacité des participants pour identifier, structurer et motiver un réseau de vente à l'international.

À l'issue de la formation, ils auront des clés pour :

- Recruter des agents et des distributeurs à l'international
- Trouver les leviers pour les faire adhérer
- Élaborer un plan d'action annuel
- Intégrer les différences culturelles pour animer le réseau
- Fixer et contrôler des objectifs de vente
- Suivre et vérifier les résultats

Les + de la formation

- Outils en ligne :
Profil Nomad® : Profil Culturel, Comparateur, Dossiers Pays
Réseau Nomad® : Pour préparation et suivi post-formation, Médiathèque...
- Alternance d'apports théoriques et de mises en situation
- Exercices de négociation basés sur l'expérience des participants
- Élaboration d'un plan d'action personnalisé

Référence : 120

Formation intra-entreprise

Vous souhaitez organiser une formation sur-mesure, contactez-nous.

Programme

MODULE 1 : ADOPTER UNE STRATÉGIE DE DÉVELOPPEMENT

1. Définir la structure adéquate

- Comprendre les écueils à l'export
- Identifier les marchés, les produits et leur adéquation
- Évaluer les motivations de l'entreprise et du réseau
- Étudier les solutions directes (bureau de représentation, filiales) et indirectes (agent commissionné, importateur-distributeur)
- Analyser les forces et faiblesses comparatives

2. Choisir son mode d'implantation

- Trouver l'information
- Analyser les structures de la concurrence
- Évaluer les agents existants
- Établir le cahier des charges

3. Établir le contrat de distribution

- Mesurer le poids du contrat
- Définir les obligations respectives
- Identifier les objectifs
- Organiser le reporting

4. Mettre en place la structure

- Former et opérer le transfert de compétences
- Mettre en place une structure partagée ou dédiée
- Choisir une stratégie de marque ou de portefeuille
- Adapter l'argumentaire de vente et le traitement des objections

MODULE 2 : ANIMER UN RÉSEAU DE VENTE INTERNATIONAL

1. Instaurer une relation de confiance

- Comprendre les dimensions culturelles
- Distinguer intelligence émotionnelle et intelligence culturelle (Mosakowski)
- Identifier les valeurs
- Connaître les modes de fonctionnement

2. Communiquer et négocier

- Identifier son propre style de négociation
- Convaincre son partenaire
- Appliquer les techniques de communication à l'international

3. Développer la performance du réseau

- Analyser l'antagonisme des objectifs (logique de marque contre logique de portefeuille)
- Clarifier les objectifs respectifs
- Acquérir des outils de motivation en fonction des données culturelles

4. Contrôler les résultats

- Rappeler le schéma stratégique initial
- Mettre en place le plan d'action et définir le budget
- Construire l'outil et le reporting
- Choisir les critères d'évaluation



AKTEOS
2 bis, rue Descombes
75017 PARIS
Tél : 01 55 95 85 10
Fax : 01 55 95 85 11
contact@akteos.fr