Image not found or type unknown

Comment se développer à l'international ?

Fiche pratique publié le **15/05/2020**, vu **1376 fois**, Auteur : Mathilde Lambert

En savoir plus sur le développement d'une société à l'international ! Un guide complet pour les jeunes entrepreneurs ou non.

Développer son activité à l'international permet d'accéder à de nouvelles opportunités commerciales et à de nouveaux consommateurs. Si cette stratégie peut vous permettre de diminuer considérablement vos coûts et d'augmenter vos profits, elle sous entend également que vous devrez répondre à une demande plus diversifiée. C'est pourquoi il sera nécessaire de s'adapter aux attentes et aux contraintes de ce nouveau marché afin que votre projet soit une réussite.

Aujourd'hui, il est possible de se faire accompagner dans ses démarches et le développement de son entreprise. Certains experts proposent leurs services sous différentes formes (étude de marché, Analyse des enjeux des opérations, identification de partenaires potentiels..) afin de vous faciliter les choses.

Pour se développer à l'international, il est essentiel de suivre un certain nombre d'étapes qui vous permettront de mieux gérer votre projet.

Avant toute chose, il est primordial de bien cibler le pays où vous souhaitez exporter votre produit ou votre activité. Cela passe par une analyse approfondie de son marché. Pour évaluer le potentiel de marché, il faut collecter des données sur sa taille, la tendance concernant le produit ou l'activité que vous souhaitez importer, ainsi que les facteurs culturels et religieux pouvant impacter votre projet. A cela s'ajoute une analyse concurrentielle à ne pas négliger.

Une fois que vous avez étudié le potentiel de marché, vous devrez également analyser l'ensemble des risques du pays. Une instabilité politique marquée par des conflits ou une administration peu développée peut nuire à votre activité. Le risque économique et financier est également important: un Etat en crise pourra plus difficilement vous accorder des prêts et ses décisions pourront jouer en défaveur de votre entreprise. Enfin, vous devrez vous renseigner sur la réglementation en vigueur. Celle-ci peut changer d'une année à une autre, c'est pourquoi il faut être très attentif concernant les actualités fiscales, sociales et juridiques. Notez qu'il existe des fiches pays sur le net, établies par des organismes spécialisés dans l'internationalisation de l'économie française.

Après avoir choisi le pays qui vous intéresse, vous devrez réétudier la valeur ajoutée de votre produit/activité: Quel est son avantage comparé à ce qui existe déjà localement? En quoi est-il

différent ou innovant? Vous devrez ensuite adapter votre offre et votre stratégie marketing en conséquence. Tout d'abord, il vous faudra cibler votre clientèle à l'aide d'une étude de marché. En effet, vos clients potentiels dans un pays étranger peuvent avoir des motivations d'achat très différentes de celles de vos clients français. C'est pourquoi l'offre devra être ajustée en conséquence: Le nom, le packaging, le prix mais également le mode de distribution pourront varier selon le pays. Le produit lui-même peut être amené à changer pour répondre à des rites religieux ou culturels. Un produit à base de porc, par exemple, a peu de chances d'avoir du succès dans un pays majoritairement musulman.

Pour appuyer cette stratégie marketing, il faudra établir un business plan solide et cohérent. C'est à dire évaluer l'ensemble des coûts et les différents leviers de financement du projet: les capitaux propres, les potentielles aides financières apportées par le pays d'accueil ainsi que les prêts.

Enfin, si vous décidez de vous installer dans un pays étranger, il vous faudra une équipe soudée et déterminée. Il est préférable d'établir des relations professionnelles en France avec de potentiels collaborateurs avant de se lancer dans l'internationalisation. Il est également conseillé de se rendre sur place afin de s'immerger et de mieux comprendre le context culturel et économique du pays visé. Cela permettra également de créer un nouveau réseau avec des futurs partenaires ou investisseurs. Enfin, il est primordiale d'engager des experts dans chaque domaine pour s'assurer de la réussite du projet.

Copyright © 2025 Légavox.fr - Tous droits réservés