

Optimiser son offre à l'international et la promouvoir

Non-certifiante

Formation continue.

Réf. : 2001457F — Mise à jour : 12 février 2026

Organisme responsable : CCI Finistère - ELO les langues

Contenu

Objectifs

À l'issue de la formation, après avoir revu les indicateurs de diagnostic

Objectifs pédagogiques : Réaliser un diagnostic de son organisation des achats et des ventes à l'international - Optimiser son offre à l'international - S'organiser pour suivre et administrer - Promouvoir son offre à l'international.

Programme

Réaliser un diagnostic de son organisation des achats et des ventes à l'international - Analyser la politique commerciale actuelle de son entreprise - Réaliser un diagnostic de son administration : respect de la réglementation - bilan des process et contrats utilisés au regard des règles du droit à l'international - Faire un bilan du traitement des commandes - étude de la chaîne logistique - Formaliser les points forts et d'amélioration de la relation client et/ou fournisseur : suivi, traitement des litiges... - Optimiser son offre à l'international - Mettre en oeuvre un système de veille à l'international pour suivre les tendances du marché - Renforcer son système d'analyse et de suivi de ses principaux clients - Formaliser les principes d'une offre réactive et évolutive : Évolution selon les orientations du marché - Évolution en fonction des priorités commerciales de développement de son entreprise - Évolution au regard des constats et de la veille concurrentielle réalisée. - S'organiser pour suivre et administrer Initier les outils d'analyse pertinents pour suivre l'activité à l'international - Formaliser les tableaux de bord ad-hoc pour la gestion et le suivi des activités - Organiser en interne les postes individuels de travail et les outils collaboratifs pour assurer un suivi professionnel de l'activité internationale. Promouvoir son offre à l'international - Définir la ligne éditoriale de communication sur le Web : connaître la netiquette Savoir communiquer efficacement et professionnellement sur les réseaux sociaux - Formaliser les principes de communication en fonction des statuts des interlocuteurs : clients, fournisseurs, agents, intermédiaires, distributeurs... - Ajuster sa communication et son mode de négociation en fonction de la culture de son interlocuteur.

Certifications préparées et métiers visés

Niveau d'entrée

Sans niveau spécifique

Niveau de sortie

Sans niveau spécifique

Dates et lieux de formation

N° session	Modalité	Lieu	Du	Au
2212285	Présentiel	Le Relecq-Kerhuon	18/11/2026	19/11/2026

Source : GREF Bretagne #2001457F