

**AVANT-PROPOS P. 6**

**LES AUTEURS P. 8**

**ÉTAPE 1  
STRATÉGIE, PROJET P. 10**

**1/ Bâtir un plan d'action :  
intégrer l'export à la stratégie  
de l'entreprise p. 11**

- 1.1 Quels sont mes motifs,  
pourquoi exporter ?
- 1.2 Une question primordiale :  
le choix des marchés
- 1.3 Adapter son produit et son  
mode de commercialisation
- 1.4 Identifier les risques  
pour mieux s'en prémunir
- 1.5 Objectifs et organisation
- 1.6 Combiner investissements  
et rentabilité

**2/ Les conséquences à prévoir  
pour l'organisation interne  
de l'entreprise p. 17**

- 2.1 Communiquer et fédérer  
autour du projet
- 2.2 Anticiper le développement  
de l'activité
- 2.3 L'organisation interne

**3/ Déterminer un prix export p. 21**

- 3.1 L'offre commerciale
- 3.2 Fixer le prix de vente
- 3.3 Tirer avantage des  
contraintes logistiques

**4/ Élaborer  
un business plan export p. 24**

- 4.1 Les bases du business plan
- 4.2 Construire un budget  
de prospection
- 4.3 Évaluer un chiffre d'affaires  
prévisionnel

**ÉTAPE 2  
LE DIAGNOSTIC EXPORT P. 34**

**1/ Les acteurs et le déroulement  
du diagnostic export p. 35**

- 1.1 Quels sont vos motifs,  
pourquoi exporter ?

**2/ Les points à vérifier  
lors du diagnostic export p. 36**

- 2.1 La direction/le management
- 2.2 Le service production
- 2.3 Le service commercial
- 2.4 Le service des achats
- 2.5 Les finances
- 2.6 Les produits/services  
et leur environnement

**3/ La compilation des  
résultats du diagnostic export p. 40**

**4/ Les actions à mener  
après le diagnostic p. 41**

**ÉTAPE 3  
L'ÉTUDE DE MARCHÉ P. 44**

**1/ Les différents types d'étude  
de marché à l'étranger p. 45**

**2/ Le déroulement et les  
acteurs de l'étude de marché p. 45**

- 2.1 Le déroulement
- 2.2 Les acteurs

**3/ Les éléments clés à réunir p. 46**

- 3.1 La demande
- 3.2 La concurrence/l'offre locale
- 3.3 La distribution
- 3.4 Les freins à l'accessibilité/  
la réglementation

**4/ Les sources d'informations p. 50**

**5/ Les résultats de l'étude  
de marché p. 53**

**ÉTAPE 4  
COMMUNIQUER P. 54**

**1/ Préalables p. 55**

**2/ Définir : se positionner p. 55**

**3/ Développer : établir un plan  
de communication p. 56**

- 3.1 Définir vos objectifs  
de communication
- 3.2 Définir votre canal  
de diffusion
- 3.3 Définir vos messages
- 3.4 Le budget à prévoir

**4/ Diffuser : deux grands supports  
de diffusion p. 59**

- 4.1 La communication classique
- 4.2 La communication sociale ou  
réseaux sociaux
- 4.3 L'impact des sites de partage  
de vidéos

**5/ Les détails qui font  
la différence p. 63**

**ÉTAPE 5  
PROSPECTER P. 66**

**1/ Les différentes options p. 67**

- 1.1 Différents objectifs
- 1.2 Les missions collectives

**POUR CONTACTER LA RÉDACTION**

**01 53 80 74 06**