



CATALOGUE SPÉCIAL OUTRE-MER FORMATIONS 2024



CCI des Iles de Guadeloupe
CCI Guyane
CCI Martinique
CEM Saint Barth
CCI Saint Martin
CACIMA Saint-Pierre-et-Miquelon
ADIM Mayotte
CCI Réunion
CCISM Polynésie Française
CCI Nouvelle Calédonie



processus certifié

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

La certification qualité a été délivrée au titre de la catégorie d'action suivante :
ACTIONS DE FORMATION

Nos procédures



Consulter le catalogue
ou
Nous contacter pour plus d'information



A l'issue de la formation un questionnaire de satisfaction est à compléter



Se rapprocher de son conseiller Team France Export pour faire part de son intérêt en vue d'une ou plusieurs inscriptions



Envoi du lien de connexion



Confirmer son intérêt en remplissant le lien Forms pour la formation choisie puis en signant une attestation d'engagement (lien et attestation fournis par votre CI)



Puis nous vous transmettons une confirmation d'inscription



**MINISTÈRE
DE L'INTÉRIEUR
ET DES OUTRE-MER**

*Liberté
Égalité
Fraternité*

Ces formations exclusivement destinées aux TPE /PME ayant leur siège en Outre-Mer, sont intégralement prises en charge par le Ministère Délégué au Outre-Mer dans le cadre de son partenariat annuel avec Business France.

Seuls des frais d'inscription vous seront demandés pour confirmer votre inscription :

- 50 € nets de taxe, pour les formations en distanciel avec une TVA de 8.5% pour tous, sauf à Mayotte et en Guyane (facturation par FORMATEX)
- 100 € nets de taxe, pour les formations en présentiel (facturation par votre CCI)

Sommaire

Programme formations à distance OUTRE-MER 2024

Formations	Durée en jours & phases	Dates	Pages
Préparer et rentabiliser une participation à un salon international	2 jours 4 phases	24 janvier 2024 25 janvier 2024 31 janvier 2024 1er février 2024	P.3
Elevator Pitch à l'international	2 jours 4 phases	26 février 2024 27 février 2024 05 mars 2024 06 mars 2024	P.4
Préparer et rentabiliser une participation à un salon international	2 master class 2 heures	02 avril 2024 10 avril 2024	p.5
Anticiper les risques inhérents au commerce international	2 jours 4 phases	16 avril 2024 22 avril 2024 26 avril 2024 30 avril 2024	p.6
Maîtriser les Techniques Administratives du Commerce extérieur	2 jours 4 phases	23 mai 2024 27 mai 2024 30 mai 2024 03 juin 2024	p.7
Stratégie Internationale et développement export	2 jours 4 phases	07 octobre 2024 08 octobre 2024 09 octobre 2024 14 octobre 2024	p.8
Communication, marketing et storytelling	2 jours 4 phases	25-26 novembre 2024 27-28 novembre 2024	p.9

1 - Préparer et rentabiliser une participation à un salon international

OBJECTIFS

Fournir aux participants les connaissances et les compétences nécessaires pour planifier, exécuter et évaluer efficacement leur participation à un salon international.

APPROCHE PÉDAGOGIQUE

La méthode pédagogique adoptée respectera l'alternance entre apports théoriques et applications pratiques et/ou illustrations par des cas.

La formation fera une place importante à l'interactivité, favorisant l'apprentissage par l'échange, le retour d'expérience et l'acquisition de connaissances théoriques.

Remise du support d'intervention (vidéoprojeté) complété de fiches techniques et de quizz et/ou QCM qui seront distribués au cours de la formation afin de contrôler les acquis des participants.

PRÉREQUIS ET MODALITÉS D'ÉVALUATION

Aucun prérequis.

PROGRAMME

1. Bien choisir un salon

Données externes: étude de marché salons

- Présence concurrentielle
- Sondage terrain
- Avis d'expert ou organisations professionnelles
- Visite préalable

Données internes: budget et organisation

- Coût global pour se rendre visible: emplacement, scénographie, communication, outils de communication
- Evaluations et calculs de ROI: état de l'art
- Capacité de traitement commercial: ressources, suivi client, CRM
- Enjeux du brief équipe

2. Prévoir les outils opérationnels adaptés

- Outils de communication et marketing opérationnel salons
- Pitch salon
- Profil linkedin
- Post linkedin
- Mail d'invitation
- Campagne d'appels sortants pré salon

- Organiser les RDV en amont
- Mettre en place la logistique
- Préparer les outils de prospection
- Les supports d'expositions et de démonstrations
- Élaborer sa fiche visiteur
- Se préparer à la négociation en environnement interculturel
- Maîtriser la procédure du carnet ATA (admission temporaire)
- Organiser l'après-salon

4. Optimiser son action pendant le salon

- Se poser les 10 questions essentielles
- Organiser la veille et les échanges hors stand
- Participer aux moments clés du salon
- Faire le point quotidiennement
- Simplifiez la vie de vos prospects

5. Organiser l'après-salon

- Prévoir de prolonger la présence sur place
- Débriefing avec l'équipe
- Méthode et outils pour procéder au bilan et au suivi
- Évaluer les retombées de presse
- Optimisation du temps et du budget



24 janvier 2024
25 janvier 2024
31 janvier 2024
1er février 2024



2 jours
(4 séances de 3h)



Responsables marketing, communication, ventes, développement commercial, export, logistique, gestion d'événements, dirigeants, personnel administratif et professionnels de l'industrie.



La formatrice est spécialiste en stratégie d'internationalisation et développement d'affaires. Elle a contribué au développement d'entreprises françaises sur de nombreuses destinations. Elle met à profit son savoir-faire en prospection, ses connaissances en négociation et gestion des litiges pour former les futurs acteurs du commerce international. Elle a ouvert plus d'une dizaine de pays pour une importante PME dans le secteur de la cosmétique, autant d'atouts pour accompagner tout professionnel désireux d'exceller dans le développement international.

2 - Elevator Pitch à l'international

OBJECTIFS

A l'issue de la journée, les stagiaires seront capables de construire leur pitch à l'international et pitcher en public.

APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Tout au long de la formation, les stagiaires construiront la trame de leur propre pitch, et pourront s'exercer à l'oral.

PRÉREQUIS ET MODALITÉS D'ÉVALUATION

Venir avec la présentation actuelle, et les outils marketing et de la communication existants. Quiz en amont et en fin de formation pour évaluer le niveau et les acquis des participants

PROGRAMME

SÉQUENCE 1 : LES FONDAMENTAUX DU PITCH

- Un pitch, pour quoi faire ?
- Les règles de base du pitch
- Le pitch
- La durée du pitch adaptée au public visé
- La structure
- Choisir le thème central du pitch
- 1 message et 1 seul

SÉQUENCE 2 : LES 20 PREMIÈRES SECONDES

Quelles idées le public a-t-il de mon intervention avant que je pitche

- Les idées reçues selon les pays

- Quelle empreinte ai-je envie que le public retienne après mon intervention ?

- Les règles de base de la communication
- Communication verbale VS communication non verbale
- Déperdition d'information
- Utiliser plusieurs sens
- Les codes de l'interculturalité

SÉQUENCE 3 : CONSTRUIRE SON PITCH

Quels arguments utiliser ?

Construire l'argumentaire

adapté au public ou au pays visé : REPÈRE

Comment les organiser ?

- Rédiger et tester son pitch en binôme

SÉQUENCE 4 : PRÉPARER SON GRAND ORAL

• Chaque stagiaire va faire son pitch devant les autres participants. Le pitch sera filmé

- Un debriefing sera réalisé après chaque passage

SÉQUENCE 5 : CONSTRUIRE UN SUPPORT ÉCRIT EN APPUI DU PITCH

• Les fondamentaux de la communication écrite

- Le choix des rubriques
- Le choix des arguments et des visuels
- Des exemples issus du concours de pitch
- Construire la trame de son support écrit



26 février 2024
27 février 2024
05 mars 2024
06 mars 2024



2 jours
(4 séances de 3h)



Les dirigeants d'entreprises, les responsables export, qui souhaitent booster leur prospection à l'international et pitcher de façon efficace en anglais.



Avec plus de 30 ans d'expérience dans le commerce international, Cécile accompagne des entreprises qui souhaitent promouvoir leurs savoir-faire et développer leur chiffre à l'international. Stratégie, action et formation, ses connaissances culturelles et expertises commerciales lui permettent d'offrir un enseignement pragmatique appuyé sur du vécu.

Formation à distance

3 - Master Class

Préparer et rentabiliser sa participation à un salon international

Préparer et optimiser sa participation au salon Vivatech Le pitch deck

OBJECTIFS

Maximiser l'impact lors d'un salon international. Apprendre à définir les objectifs, choisir le bon salon, et préparer efficacement la participation. Savoir gérer la logistique, négocier dans un contexte interculturel et organiser les suivis post-salon pour optimiser le retour sur investissement. Fournir les outils nécessaires pour une présence réussie et rentable lors d'une participation à un salon international.

APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Durant chacune de ces master class, les experts présenteront une liste de points qui sous-tendent la réussite d'un salon.

PROGRAMME

Le salon

1. Introduction

- Définir les raisons et les objectifs
- Inscription dans une stratégie d'internationalisation
- Identifier et choisir un salon
- Budget
- Options et aides de financement

2. Réussir la préparation à un salon international

- Validation du salon et de l'équipe
- TO DO LIST
- Rétroplanning et budget
- Communication
- Logistique
- Préparation outils et supports expo/démo
- Invitations et organisations de RDV
- Anticiper les moments clés du salon et outils

3. Optimiser son action pendant le salon

- Logistique, organisation et aléas
- Se préparer à la négociation en environnement interculturel
- Savoir être, le comportement sur un salon et dimension interculturelle

4. Organiser l'après salon

- Méthode et outils pour procéder au bilan et au suivi
- Bilan / ROI

Le pitch deck

1. Introduction

- Problème
- Solution
- Business modèle et canaux de distribution
- Le marché
- Equipe
- Roadmap
- Call to action

2. Comment écrire son pitch ?

- L'accroche
- Tagline
- CTA

3. Comment créer un tagline ?

- Nom de la solution
- Forme qu'elle prend
- Ce qu'elle permet de faire
- Valeurs de la solution
- Objectif
- Contexte spécifique

4. Le jour J

- Question de découverte de votre interlocuteurs
- Pitch de votre startup
- Ecoute active des réponses aux questions
- Call to action et nexts steps

5. Comment maîtriser son langage corporel ?

6. Comment maîtriser sa voix ?

7. Comment gérer son stress ?

8. Comment écrire un bon CTA pour les investisseurs ?



02 avril 2024
10 avril 2024
(Master Class
Nouvelle Calédonie)



2 master class
2 heures



Responsables marketing, communication, ventes, développement commercial, export, logistique, gestion d'événements, dirigeants, personnel administratif et professionnels de l'industrie.



La formatrice spécialisée en stratégie d'internationalisation et développement d'affaires a ouvert plus d'une dizaine de pays pour une PME cosmétique, et forme les futurs acteurs du commerce international.

Expert en levée de fonds et en prise de parole stratégique, ce formateur cumule plus de 9 ans d'expérience internationale. Il a accompagné plus de 3,000 entreprises. Créateur d'un podcast dédié aux coulisses des levées de fonds, il propose des masterclasses interactives et pratiques sur la préparation aux salons internationaux.

Formation à distance

4 - Anticiper les risques inhérents au commerce international

OBJECTIFS

Recenser, décrypter, comprendre et analyser chronologiquement l'ensemble des risques inhérents au déroulement d'une opération à l'international.

APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Présentation nourrie de retour d'expérience, d'exemples, cas concrets et exercices adaptés, permettant aux participants de s'approprier la technique enseignée pour une transposition optimale dans un cadre professionnel.

PRÉREQUIS ET MODALITÉS D'ÉVALUATION

Connaître les fondamentaux de l'international.

Quiz en amont et en fin de formation pour évaluer le niveau et les acquis des participants.

PROGRAMME

LA PROSPECTION

- Risques financiers
- Risques liés à l'impréparation

L'OFFRE ET LA COMMANDE

- L'offre et le prix
- Les conditions de ventes
 - Importance du choix d'un Incoterms® 2020
 - Les risques liés à la non-maîtrise des Incoterms® 2020
 - Les pièges à éviter
- Les points incontournables d'une offre
- CGV ou contrat
- Les clauses importantes d'un contrat international
- La gestion du temps

LA GESTION DU RISQUE CLIENT

- Les composantes d'une politique de couverture du risque de non-paiement
- Les solutions de couverture du risque de non-paiement
- Solutions bancaires :
 - Le crédit documentaire
 - La remise documentaire
 - La SBLC
 - Bank payment obligation
 - L'assurance crédit

LE RISQUE DE CHANGE

- Gestion du risque de change
- L'exposition au risque de change
- Le cadre de la gestion et les techniques de gestion du risque

L'EMBALLAGE

- Les aspects juridiques de l'emballage
- Conséquences d'un emballage défectueux
- Les précautions à prendre

RISQUES TRANSPORT ET LOGISTIQUE

- De la bonne évaluation des critères logistiques
- Limites et exonération de responsabilité des transporteurs
- Les assurances transports
- Les aspects tarifaires

LA DOUANE

- Qu'est-ce qu'un dédouanement ?
- Les éléments fondamentaux du dédouanement
- Les pièges à éviter
- Les risques de contentieux



16 avril 2024
22 avril 2024
26 avril 2024
30 avril 2024



2 jours
(4 séances de 3h)



Dirigeants, responsables de service ou collaborateurs débutants ou non des services import-export, tant commerciaux qu'administrateurs des ventes, impliqués dans une démarche d'internationalisation de leur activité.



Spécialiste de l'ingénierie et de la gestion en finances et logistique, cette intervenante a accompagné les projets à l'international d'un grand groupe de la sidérurgie et du BTP, et formé les équipes en charge de leur réalisation. Elle a développé une refonte stratégique et une politique corporate des hats pour la France et l'étranger. Depuis 25 ans, elle dirige une société de conseils et met son expérience opérationnelle au service des TPE, PME et grands groupes des secteurs industriels.

Formation à distance

5 - Maîtriser les Techniques Administratives du Commerce extérieur

OBJECTIFS

Acquérir et/ou actualiser les fondamentaux et mécanismes des techniques administratives pour gérer les opérations depuis l'offre jusqu'en phase de réalisation du contrat ou de la commande.

APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Alternance d'exposés et d'applications pratiques. Inter activité et échanges d'expériences avec les participants. Remise d'un support de formation.

PRÉREQUIS ET MODALITÉS D'ÉVALUATION

Connaissance des fondamentaux de l'international.

Quiz en amont et en fin de formation pour évaluer le niveau et les acquis des participants.

PROGRAMME

INTRODUCTION

- La nécessité d'exporter, les enjeux économiques fiscaux et déclaratifs liés aux flux d'exportation
- Les différences avec les opérations commerciales nationales
- Les partenaires et sources d'informations
- La démarche d'exportation

MAÎTRISER LES TECHNIQUES : INCOTERMS® (RÉVISION CCI 2020)

- Les obligations réciproques nées entre vendeur et acheteur
- Les profonds changements nés de la révision CCI 2020 et leur impact positif
- Anticipation des freins pouvant être rencontrés et argumentation vis-à-vis des clients et fournisseurs.
- Analyse des aspects juridiques (responsabilité) et des aspects financiers

TRANSPORT - ASSURANCE DOUANE - DOCUMENTS Transport

- Objectifs : Coût, délai, sécurité
- Emballage
- Rôle/Responsabilité des prestataires
- Consultation des prestataires
- Intégrer les coûts globaux et les délais dès l'offre commerciale
- Coordonner l'opération et en réaliser le suivi

Assurance transport

- Pourquoi assurer les marchandises ?
- Contre quels risques ? sur quelle valeur ? auprès de qui ?
- Négocier des extensions de garanties • Gérer le sinistre en cas d'avarie

Douane

- Déterminer si une marchandise peut être exportée/importée librement ou non
- L'origine et l'espèce tarifaire
- Les droits et taxes
- Les déclarations à accomplir ? quand ? par qui ?
- Carnet ATA
- Peut-on utiliser des régimes suspensifs ?
- Les fondamentaux des opérations intracommunautaires

Documents

- Ils sont à assimiler à une véritable démarche "qualité". Un document manquant ou incomplet bloque le flux de marchandises
- Tableau récapitulatif permettant de visualiser les principaux documents nécessaires à l'exportation

MAÎTRISER LES RISQUES ET SÉCURISER LES PAIEMENTS À L'INTERNATIONAL

- Évaluation des risques : risque commercial, pays, de change
- Mesurer le degré de sécurité des instruments de paiement.
- Rédiger des clauses de paiement verrouillées



23 mai 2024
27 mai 2024
30 mai 2024
03 juin 2024



2 jours
(4 séances de 3h)



Toute fonction relevant de la logistique (transport/assurance/douane), du commercial, des finances et de la gestion administrative contribuant à la réalisation des opérations à l'export et à l'import.



Spécialiste de l'ingénierie et de la gestion en finances et logistique, cette intervenante a accompagné les projets à l'international d'un grand groupe de la sidérurgie et du BTP, et formé les équipes en charge de leur réalisation. Elle a développé une refonte stratégique et une politique corporate des hats pour la France et l'étranger. Depuis 25 ans, elle dirige une société de conseils et met son expérience opérationnelle au service des TPE, PME et grands groupes des secteurs industriels.

Formation à distance

6 - Stratégie internationale et développement export

OBJECTIFS

Intégrer la stratégie de l'entreprise dans un projet de développement international. Définir et analyser les phases du projet et les tâches qui y sont liées. Ordonner les tâches et permettre une bonne visibilité et une efficacité opérationnelle. Conduire et gérer le projet avec qualité et dans les délais prévus.

APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Approche opérationnelle basée sur une longue expérience multi-pays et multi-sectorielle, la pratique du storytelling, favorisant les échanges de bonnes pratiques et d'expérience entre participants et intervenant. Supports écrits de type « memo » et visuels.

PRÉREQUIS ET MODALITÉS D'ÉVALUATION

Bonnes connaissances générales en stratégie de développement des affaires. Maîtrise des fondamentaux de l'international. Quiz en amont et en fin de formation pour évaluer le niveau et les acquis des participants.

PROGRAMME

1. Introduction : la stratégie internationale

- Les enjeux et opportunités des marchés à comprendre

Les motivations des entreprises à s'internationaliser

- Les multirisques à identifier, mesurer et gérer
- Les facteurs-clés de succès à maîtriser
- Le scénario de croissance à mettre en oeuvre
- La pertinence d'un business plan en gestion de projet export

2. Analyser :

LA PRISE DE DÉCISION STRATÉGIQUE

- Le diagnostic à l'international
- L'étude de marché internationale
- Les différentes stratégies

LES MÉTHODES D'ÉVALUATION

- La part de marché cible
- Le chiffre d'affaires prévisionnel
- Le seuil de rentabilité

LA MÉTHODE D'ANALYSE PROPOSÉE

- La boîte à outils nécessaires
- Choisir les bons outils
- Les références associées

3. Planifier :

LE PRÉVISIONNEL

- Les étapes
- Le planning
- Les ressources
- Le budget

LA GESTION DU PROJET INTERNATIONAL

- Le triangle de la performance

- Le cycle de vie du projet
- Les fondamentaux de la gestion du projet
- Facteurs-clés de la réalisation de la gestion du projet LA MÉTHODE DE PLANIFICATION PROPOSÉE
- Les différentes méthodes possibles
- Choisir la bonne méthode
- Les références associées

4. Se développer à l'export

L'approche des marchés L'ACTIVITÉ :

- Export
- Sourcing
- Offshoring
- Outsourcing

LA PRÉSENCE :

- Mode de représentation
 - Implantation
 - Couverture géographique
- LES PARTENARIATS :
- Entente et complémentarité
 - Fournisseurs, industriels et commerciaux

L'IMAGE ET LA NOTORIÉTÉ :

- Communication internationale
- Les réseaux, le lobbying, le networking

5. Réalisation du business plan export -

Méthodologie et Outils utilisés

Synthèse :

- Les modèles gagnants de développement à l'international agiles



07 octobre 2024
08 octobre 2024
09 octobre 2024
14 octobre 2024



2 jours
(4 séances de 3h)



Dirigeants d'entreprises ayant engagé un développement international ou prévoyant de le faire à court terme. Directeurs du développement international.



Ses interventions se concentrent sur le développement international des entreprises et traitent aussi bien des problématiques stratégiques (diagnostic export business plan export) qu'opérationnelles (notamment culturelles). Il effectue des interventions depuis 20 ans dans des entreprises de toutes tailles auprès de nombreuses chambres de commerce, notamment pour les chargés d'affaires.

Formation à distance

7 - Communication, marketing et storytelling

OBJECTIFS

Définir sa stratégie à l'international et les différentes modalités de déploiement. Mettre en place son marketing opérationnel, son storytelling, construire son pitch deck à destination des clients, des investisseurs.

APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Utilisation d'études de cas réels pour illustrer les concepts théoriques et montrer comment ils sont appliqués dans des situations pratiques. Mise en place d'études de cas.

PRÉREQUIS ET MODALITÉS D'ÉVALUATION

Connaissance des fondamentaux de l'international.

Quiz en amont et en fin de formation pour évaluer le niveau et les acquis des participants.

PROGRAMME

1ère journée :

- Stratégie de développement (½ journée)
 - Les prérequis et les implications
 - Quelle structuration pour enclencher un développement export
 - Bâtir sa stratégie
- Déployer sa stratégie (½ journée)
 - Les différents modes d'entrée sur un marché (Agents, Export collaboratif) et des partenariats
 - Le choix des pays
 - Quelles ressources financières
 - Le mode projet

2ème journée :

- Les objectifs: le marketing opérationnel (½ journée)
 - Les actions marketing à mettre en place après avoir défini une stratégie
 - Marketing de l'offre pour travailler sa vision
 - Travailler son offre (adapter sa chaîne de valeur en fonction des marchés ciblés) et l'adaptation nécessaire par pays
 - Travailler sa communication et son storytelling
- Les objectifs: Construire son pitch deck
 - Gérer la croissance et générer du cash.
 - Les clefs d'un business modèle solide



25 et 26 novembre 2024
27 et 28 novembre 2024



2 jours
(4 séances de 3h)



Dirigeants d'entreprise ou Responsables marketing. Professionnels du marketing, responsable de la communication d'entreprise, professionnels de la vente.



L'intervenant par ses activités est expert de la vente de services, ses expériences chez Eads ou Via Michelin, jalonnent un parcours au service de la stratégie à l'international. Diplômé du CESEM - Reims et Londres- l'expert est coach d'organisation certifié par HEC Dans ses diverses activités de conseil, toujours au service du développement, il a accompagné des Startups et entreprises de la tech. Coach, formateur et consultant pour les entreprises qui souhaitent accélérer à l'international, il a également été conseiller du commerce extérieur de la France.

Formation à distance

**NE SOYEZ PAS PASSIF,
PASSEZ À L'ACTION**

Élargissez vos
compétences pour de
meilleures performances

Formation à l'export, conduite de projet, stratégie marketing ou encore business plan ? Quel que soit votre besoin, Formatex et ses experts sont là pour vous apporter la meilleure solution !

Alors n'attendez plus et réservez dès maintenant vos places pour la formation de votre choix !

TEAM FRANCE

— EXPORT —



[@Formatex-Organisme de formation](https://www.linkedin.com/company/Formatex-Organisme-de-formation)



[@Formatex1](https://twitter.com/Formatex1)



[@OrganismeFormatex](https://www.facebook.com/OrganismeFormatex)



[@formatex_paris](https://www.instagram.com/formatex_paris)



 **RÉPUBLIQUE FRANÇAISE**

La certification qualité a été délivrée
au titre de la catégorie
« Actions de formation »