

Masterclass du 12 avril 2018

Changer son business model pour réussir à l'international

- Laurence Lehmann-Ortega, professeure à HEC et auteure d'Odyssée 3.14

Les recommandations stratégiques de La Fabrique de l'Exportation

FOCUS 01 Identifier son diamant intérieur avant d'exporter Concentrer ses forces sur ce qu'on sait vraiment faire d'unique renforce la proposition de valeur sur un nouveau marché.	COÛT TOTAL 02 Réduire le coût global supporté par le client Un prix d'achat plus élevé peut rester attractif si le coût d'usage final diminue réellement pour le client.
CONQUÊTE 03 Cibler les non-consommateurs plutôt que la concurrence Convaincre des personnes qui n'achetaient pas la catégorie de produit ouvre un marché bien plus vaste que la seule bataille concurrentielle.	FINANCEMENT 04 Inventer de nouveaux modes de paiement adaptés Des systèmes alternatifs au crédit classique permettent d'accéder à des clients exclus des circuits financiers traditionnels.
ALLIANCE 05 S'appuyer sur des partenaires locaux pour la proximité Distributeurs, franchisés ou acteurs multinationaux déjà implantés simplifient l'accès à un service de proximité crédible.	ACCÈS AU CAPITAL 06 Passer du produit à la location ou au financement Sur les marchés émergents, cette bascule contourne l'obstacle du crédit trop cher ou inaccessible pour les clients.
USAGE 07 Vendre un service plutôt qu'un simple produit Facturer l'usage réel valorise la qualité et la durabilité face à des concurrents positionnés uniquement sur le prix d'achat.	INSPIRATION 08 Réutiliser une innovation née à l'international chez soi Une solution développée pour un marché émergent peut ensuite enrichir l'offre sur le marché domestique de l'entreprise.