

## LES ETAPES CLES DE L'EXPORTATION (COSMETIQUE)

Analyse du potentiel export de l'entreprise : forces et faiblesses de l'entreprise, identification des marchés prioritaires, capacité d'investissement	QUELLE STRATEGIE ?
Etude des marchés présélectionnés	
Recherche des aides techniques et financières à l'export : Chambres de Commerce, Missions Economiques, Conseil Régional et / ou Départemental, FEBEA, Ubifrance, Coface, OSEO, VIE, etc	
Sélection du type de partenaire : distributeur, agent, joint venture, filiale	
Recherche du bon partenaire : missions de prospection, participation aux salons professionnels	
Définition de la politique commerciale (mix produits, positionnement prix public vs concurrence, marge brute attendue, budget marketing alloué)	
Etude et élaboration de la structure de prix par marché (choix de l'Incoterm, droits de douane, taxes, marge distributeur, budget marketing, transports)	
Vérification de la législation locale : ingrédients non autorisés, tests produits, packagings, supports publicitaires	PREPARATION DU LANCEMENT
Dépôt et enregistrement de la marque auprès de l'INPI sur le(s) marché(s) sélectionné(s)	
En fonction du marché sélectionné : cotation & développement d'un packaging spécifique ou d'un étiquetage	
Identification et demande des documents nécessaires à l'exportation et au transport des marchandises (licence d'importation, certificat d'origine, nombre de factures, conditions de transport)	
Demandes de cotation et sélection du transitaire selon INCOTERM défini	
Choix du mode de règlement : Lettre de Crédit, Swift Transfer	
Visite et classification des points de vente : A, B, C	
Elaboration des commandes d'installation types (A+, A, B+) : mix produits, échantillons, PLV	
Négociation des objectifs de ventes locales, de distribution numérique (DN), des prévisions d'achats, des stocks locaux	
Rédaction du Contrat Commercial dans la langue choisie, annexes (structure de prix, tarifs, objectifs de ventes, prévisions achats, tableau statistiques de ventes, reporting)	
Etablissement et budgétisation du Plan de Lancement : <ul style="list-style-type: none"> <li>- salons,</li> <li>- Relations Publiques (événementiel),</li> <li>- conférence de presse,</li> <li>- formation équipes locales (marketing, vente, VM, points de ventes)</li> </ul>	
Etablissement et budgétisation du Plan Marketing Opérationnel (PMO) : <ul style="list-style-type: none"> <li>- cycles de ventes et de promotion,</li> <li>- opérations promotionnelles,</li> <li>- insertions presse,</li> <li>- salons professionnels et foires,</li> <li>- actions relations publiques (RP),</li> <li>- échantillons, PLV, brochures, plaquettes, ADV, dossiers de presse, primes</li> </ul>	
Rédaction du Business Plan	
Signature du Contrat Commercial et des annexes	
Transmission des dossiers réglementaires (tests, formules INCI, dossiers analytiques) aux autorités locales	LANCEMENT
Enregistrement des produits auprès des autorités locales	
Transmission des prévisions d'achats mensualisées aux services internes (logistique, production, marketing)	
Vérification ouverture de la L/C (lettre de crédit) auprès du distributeur et de la banque, suivi de l'obtention par le partenaire commercial des autres documents nécessaires à l'exportation (L/I)	
Formation équipes du distributeur : marketing, REP, délégués médicaux <ul style="list-style-type: none"> <li>- marque (valeurs, environnement, univers, positionnement, concurrence)</li> <li>- produits,</li> <li>- techniques de ventes et merchandising</li> <li>- outils marketing</li> </ul>	
Mise au point des documents de reporting et de la liste de diffusion : <ul style="list-style-type: none"> <li>- tableau de bord (budget fonctionnement, ventes...)</li> <li>- rapport d'activité</li> <li>- statistiques de ventes</li> </ul>	
Prise de commandes et suivi des réalisations vs objectifs (quantitatifs et qualitatifs)	COMMERCIALISATION
Suivi de la réalisation par cycle de ventes du PMO. Si modification dans l'application du PMO > apport d'actions correctives sur le cycle de ventes suivants	
Animation et encadrement des équipes locales : marketing, ventes, délégués médicaux	
Veille concurrentielle commerciale	
Collecte des statistiques de ventes mensuelles, du rapport d'activité locale	
Compilation des statistiques de ventes locales mensualisées, traitement et analyse	
Analyse des nouvelles prévisions d'achats en fonction des stocks locaux et des ventes	
Déplacements fréquents sur le terrain...	