

**Formation**  
**2012**

*Le développement de l'entreprise passe par la conquête de nouveaux marchés et celle-ci passe par la compréhension des mécanismes relationnels interculturels. Si les besoins fondamentaux restent transverses, leurs approches sont différentes, sans les bonnes clés, les meilleures produits ou idées restent au placard.*

*Identifier les business practices vous permettra d'adapter vos stratégies produits et e pénétrer de nouveaux marchés.*

**Durée :** 2 jour(s)

**Tarif :** 800,00 € HT / personne

**Tarif Intra :** Nous contacter

**PUBLIC**

Dirigeants et/ou collaborateurs d'entreprises ayant engagé depuis peu un développement à l'international ou prévoyant de le faire à court terme.

**OBJECTIFS**

- Comprendre ce qu'est la culture, pour repérer et décoder les différences culturelles et mettre en oeuvre les comportements adaptés.
- Acquérir les techniques pour convaincre les acheteurs en tenant compte des différences culturelles.

**FORMATEUR(S)**

**Armelle DUFOUR**

Formatrice conseil en relations interculturelles.

Forte d'une expérience opérationnelle d'une quinzaine d'années

dans le secteur privé en tant qu'acheteur et responsable de projet international

**METHODE ET CONTENU PEDAGOGIQUE**

**En quoi la culture influence-t-elle la pratique des affaires ?**

- Qu'est-ce que la culture ? Comment intervient-elle, directement ou indirectement, à chaque étape du processus de vente ?
- Conséquences classiques de malentendus culturels sur les négociations internationales.

**La communication interculturelle, atout essentiel du négociateur international**

- Comment faire la différence auprès d'acheteurs étrangers ?
- Cinq règles pour mieux communiquer entre cultures.

**Stratégie d'approche culturelle**

- Le bon usage des stéréotypes.
- Comment se renseigner efficacement sur la culture de l'acheteur ?
- Prévoir les malentendus pour mieux les éviter.

**Check-list du négociateur international**

- Préparer la rencontre : approche commerciale, usages en matière de rendez-vous d'affaires, de gestion du temps, de styles de management...
- Négocier : place de la relation personnelle, types de contrats, conditions générales de vente, processus décisionnel, gestion des conflits...
- Suivre et consolider la relation commerciale.

**Approche pédagogique**

Intervention pragmatique et interactive.

Utilisation de supports écrits et vidéo-projetés

**SESSIONS**

Contactez nous