Comment internationaliser son activité ?

Dans un monde en constante évolution, l'internationalisation offre aux entreprises des opportunités exceptionnelles pour élargir leurs horizons, renforcer leur compétitivité et diversifier leur rayonnement. C'est également un moyen de valoriser leur savoir-faire auprès de publics variés, de gagner en visibilité et de consolider leur notoriété. Aller à l'international nécessite une préparation rigoureuse qui exige de la planification . Quelles étapes suivre ?

1. Définir ses ambitions internationales

- Identifier ses motivations : toucher d'autres marchés porteurs, se diversifier, trouver de nouveaux clients, augmenter son chiffre d'affaires ?
- Définir des objectifs mesurables: mettre en place des indicateurs de performance, et les suivre

2. Évaluer la maturité interne de l'entreprise

- Analyser la structure de l'entreprise : permet-elle d'envisager une internationalisation ?

- Faire un inventaire et une analyse des ressources et compétences-clés de l’entreprise (marketing, commerciales, logistiques, digitales, juridiques, financières, humaines, etc.)
- Identifier ses atouts/avantages compétitifs (image de marque, brevets, conformité RGPD, , etc.)
- Analyser les modes de production et de distribution actuels ainsi que leur capacités à supporter une stratégie d’internationalisation
- Évaluer le système informatique (facturation entre pays, e-commerce…)
- Mesurer le niveau de protection des innovations et les règles relatives à la propriété intellectuelle.
- Identifier les éventuelles faiblesses à corriger avant de se lancer

3. Comprendre et analyser les marchés cibles

- Étudier les contextes économique, politique et géopolitique ainsi que les infrastructures locales
- Analyser les demandes et comportements des clients cibles
- Vérifier qu’il existe une demande pour sa solution et identifier la place qu’elle occuperait sur le marché-cible.
- Analyser la concurrence et son positionnement, ainsi que les tendances sectorielles
- Identifier les éventuelles barrières à l’entrée
- Analyser les risques potentiels : droits humains, risques politiques, climatiques, sécurité des biens, etc.
- En déduire les conséqunces en termes d’ investissements, ressources humaines, contraintes administratives,…

4. Adapter son offre

- Recenser les normes et certifications locales, les nécessaires adaptations à la réglementation, les spécificités culturelles, sociales et linguistiques
- Évaluer le besoin d’adapter ou standardiser son produit/service
- Lister les éléments différenciants de son offre : qualité, innovation, durabilité,…

5. Définir sa stratégie d’entrée sur le marché

- Choisir un mode d’entrée : exportation directe, via partenaires locaux, places de marché, implantation, licence, joint-venture…
- Choisir des partenaires potentiels : multiplier les contacts et se créer une base solide de prospects, à convertir en partenaires ou clients.

6. Développer un plan opérationnel et financier

- Se familiariser avec le cadre juridique local (fiscalité, droit du travail,…), les réglementations douanières
- Vérifier que le produit, son emballage et son étiquettage répondent aux exigences locales, et la liste des certificats et documents requis pour l'export.
- Définir sa chaîne d'approvisionnement, son réseau de distribution, son plan marketing et construire son support client
- Dédier des ressources humaines : recrutement sur place ou relocalisation
- Élaborer un plan financier : coûts directs et indirects, projections réalistes (ventes, seuils de rentabilité) et prendre en considération les aides disponibles
- Tester sa solution sur le marché : solliciter des commentaires et l'adapter
- Définir sa stratégie de prix

7. S'appuyer sur l'accompagnement de la Chambre de Commerce

- Informer la Chambre de Commerce de son projet d'internationalisation et de ses besoins.
- Consulter les études de marché disponibles et participer aux foires et missions économiques organisées dans les pays visés
- Solliciter un accompagnement personnalisé par les conseillers des Affaires Internationales
- Bénéficier de contacts clés grâce au réseau *Trade & Invest* (ambassades, Trade offices, chambres bilatérales) et aux opportunités de mises en relation

Pour aller plus loin

Retrouvez toutes ces étapes et d'autres conseils pour votre internationalisation dans le guide pratique "*Internationalisation, développer son activité au delà des frontières du Luxembourg*" édité par la Chambre de Commerce.