



WYNGS ACADEMY

EXPANSION INTERNATIONALE WORKSHEET:

*5 questions fondamentales à se
poser avant de se lancer dans une
expansion internationale*

*“STRATEGIC
THINKING RARELY
OCCURS
SPONTANEOUSLY.”*

- Michael Porter

01

Quelles sont les **raisons** qui me poussent à me lancer dans une internationalisation ?



Il s'agit de la première question que vous devriez vous poser. Vous souhaitez répondre à une demande déjà existante à l'étranger ? Vous avez présenté le développement international à vos investisseurs comme un projet de croissance dans votre business plan ? Vous avez des ambitions personnelles et souhaitez ainsi développer votre business à l'étranger ? Vous vous voyez plutôt comme un créateur d'entreprise ? Vous préférez gérer le développement de nouveaux pays plutôt que de gérer des marchés bien développés en tant que directeur général ?

Il existe un grand nombre de raisons valables pour se lancer dans une expansion internationale, mais laquelle est la vôtre ?

01

Quelles sont les **raisons** qui me poussent à me lancer dans une internationalisation ?



TO DO: Notez toutes vos motivations et faites les relire par un employé, un supérieur, ou une connaissance en qui vous avez confiance. Leur opinion peut se révéler très précieuse. Prenez le temps de la réflexion; une décision trop hâtive peut avoir des répercussions négatives.

02

Votre Business est-il suffisamment **stable** dans votre pays d'origine ?



Vous ne devez vous lancer dans un projet d'internationalisation que si vous êtes sûr que votre entreprise est suffisamment stable sur son marché d'origine. Développer votre entreprise sur un nouveau marché signifie que le PDG ainsi que d'autres employés seront affectés à ce projet. Il s'agit en quelque sorte de créer une nouvelle entreprise. Partez du principe que vous vous lancerez sur le marché au même stade qu'une start-up, même si votre Business est déjà bien établi sur votre marché d'origine.

02

Votre Business est-il suffisamment **stable** dans votre pays d'origine ?



TO DO: Notez les risques potentiels pour votre activité principale et partagez-les avec l'équipe de projet. Plus vite ces risques sont analysés et discutés, plus vite vous et votre équipe pourrez vous préparer à les contrer.

03

Mon entreprise actuelle peut-elle continuer à fonctionner avec succès pendant 6 mois **sans mes meilleurs commerciaux?**



Évidemment, la mise en place de la stratégie d'entrée sur le marché (adaptation du contenu, recrutement, marketing opérationnel) joue un rôle essentiel. Mais n'oublions pas l'objectif final : les premières ventes et la distribution. Attirer et convaincre de nouveaux clients est le travail de vos meilleurs commerciaux. Leur rôle est de vous aider à mettre en place des stratégies de ventes en adaptant et en testant celles déjà existantes dans le marché d'origine. Si votre activité principale dans votre pays d'origine ne peut pas se poursuivre sans embûches sans vos meilleurs commerciaux, et ce pendant environ deux trimestres, vous devrez vous demander s'il ne serait pas plus judicieux d'aborder ultérieurement votre projet d'internationalisation.

03

Mon entreprise actuelle peut-elle continuer à fonctionner avec succès pendant 6 mois **sans mes meilleurs commerciaux?**



TO DO: Définissez l'équipe du projet "Internationalisation" et réfléchissez à la manière dont les équipes de votre marché d'origine se débrouilleront sans vos meilleurs directeurs commerciaux. Votre entreprise dispose-t-elle de quelqu'un avec un potentiel suffisant pour accéder au poste de directeur des ventes ? N'oubliez pas de parler de votre plan d'internationalisation à vos collaborateurs et à leurs équipes. Par ailleurs, si vous voulez compter sur des employés dévoués dans cette nouvelle aventure, évitez de prendre des décisions dans leur dos: plus tôt ils seront inclus dans le projet, plus ils seront motivés.

04

Ai-je les **ressources financières** nécessaires pour développer mon entreprise à l'international ?



Soyons réalistes, l'internationalisation représente un investissement important, tant pour votre équipe que sur le plan financier. Outre les salaires de l'équipe de projet, il y a de nombreux coûts supplémentaires : adaptation du contenu, campagnes de marketing, participations à des salons, espace de bureau, voyages, développement commercial et bien plus encore. Ne lésinez pas sur le processus d'internationalisation, soyez proactif.

Petit conseil : *vous ne pouvez pas développer une entreprise avec succès, rapidement et durablement à l'international avec un seul stagiaire.*

04

Ai-je les **ressources financières** nécessaires pour développer mon entreprise à l'international ?



TO DO: établissez un budget pour les 12 à 18 premiers mois. Lorsque vous avez terminé, augmentez-le à nouveau d'au moins 25 à 30 %. Cela vous permettra de vous rapprocher d'une estimation budgétaire plus réaliste.

05

Quelles sont mes **ambitions personnelles** en matière d'internationalisation ?



Vous devez également rapidement vous demander quelles sont vos ambitions personnelles et si votre situation de vie actuelle vous permet de vous internationaliser. En tant que directeur général ou chef de projet, vous devez vous préparer à accepter des déplacements plus nombreux (supposons des déplacements hebdomadaires). En outre, en fonction de la composition de votre équipe, vous aurez une importante charge de travail, surtout au début. Par ailleurs, il ne faut pas oublier que vous devrez continuer à vous occuper de votre entreprise dans votre pays d'origine tout en développant de nouveaux marchés.

05

Quelles sont mes **ambitions personnelles** en matière d'internationalisation ?



TO DO: Rédigez une liste de raisons et de risques personnels, en étant le plus honnête possible. Les blocages ou les risques identifiés à un stade précoce peuvent généralement être facilement corrigés ou adressés.