CONNAISSANCE NETWORK

CORPORATE TRAININGS

TRAINING TRADE

Ref	Title		Duration	Price/stage
Developping and securing international sales				
LTD0993	Export to China		2 days	
Negotiation				
LTD0985	Negotiation with Chinese partners		2 days	
Prospecting and preparing the sales				
LTD0991	Chinese market: specificities of a large target		2 days	
Purchase Department				
LTD0982	Purchase in China		2 days	
LTD0981	Select Chinese products for the European market		2 days	

CONNAISSANCE NETWORK

TRADE
Export to China

General Objective

Maîtriser les techniques de prospection, de sélection et d'évaluation des partenaires commerciaux chinois. Gérer les spécificités opérationnelles, financières et juridiques de la vente en Chine. Savoir communiquer et négocier efficacement avec différents partenaires commerciaux chinois.

Content

Méthode pédagogique :

- Les participants étudient les différentes étapes et les principaux pièges de l'implantation commerciale au travers de partages d'expériences.
- Ils conduisent plusieurs négociations stratégiques et opérationnelles en situation de jeux de rôle. Ils bénéficient d'une analyse commentée de leur plan d'action personnel à l'issue du stage

Programme :

Préparer son implantation sur le marché chinois

- Approche stratégique du marché captif chinois
  - Le marché chinois : chiffres clés, panorama, perspectives
  - Vendre en Chine : principaux pièges à éviter
  - Les différents organismes et conditions d'aide à l'export
- Préparer sa prospection commerciale en Chine
  - Quels avantages concurrentiels sur le marché chinois ?
  - Les différentes stratégies de distribution en Chine
  - Préparer les supports indispensables à la prospection
- Identifier et évaluer ses partenaires commerciaux chinois
  - Les sources d'information efficaces : réseaux, salons, sites
  - Quels critères clés de sélection et d'évaluation en Chine ?
  - Les objectifs et le déroulement de la visite terrain en Chine
  - Partage d'expériences : les méthodes et outils clés pour réussir son implantation commerciale en Chine

Négocier avec ses partenaires commerciaux chinois

- Comprendre les fondamentaux de la culture chinoise
  - Illustrer les éléments culturels clés : langue, croyance
  - Gérer les différences culturelles majeures : face, temps, confiance
  - Négocier seul ou en équipe : les facteurs clés de succès
- Définir sa stratégie de négociation commerciale en Chine
  - Savoir se vendre pour mieux vendre : la relation personnelle
  - Processus de négociation : objectifs, marges de manoeuvre, statu quo et consensus
  - Anticiper les pièges, manipulations et contre-offres chinoises
- Formaliser le partenariat commercial avec les chinois
  - Parole donnée, valeur de l'écrit en Chine
  - Respecter le protocole de célébration avec les chinois
  - Jeu de rôle : négociation des conditions commerciales avec différents partenaires chinois

Gérer les opérations commerciales clés en Chine

- Former et motiver son partenaire commercial en Chine
  - Les lacunes et les besoins des équipes de vente chinoises
  - Quels objectifs commerciaux en Chine ? Définition, contrôle

2 days

Price / Intern

Reference
LTD0993

Public
Chefs d'entreprise et managers occidentaux

01 72 34 27 07

Sessions

    - Recueil, décryptage et analyse des informations de marché
- La gestion financière et logistique export en Chine
    - Sécuriser le paiement de ses ventes export en Chine
    - Quel incoterm choisir pour le marché chinois ?
    - Optimiser transport et dédouanement des marchandises en Chine
- Appréhender les enjeux juridiques de la vente en Chine
    - Fond et forme du contrat commercial en Chine
    - Prévenir et gérer les litiges avec ses partenaires chinois
    - Ouvrir un bureau commercial en Chine : structures et formalités
    - Exercice d'application : préparation et conduite d' une réunion commerciale stratégique en Chine

Communiquer efficacement sur le marché chinois

- Étude du marché captif chinois
    - Les différents profils clients / consommateurs chinois
    - Les spécificités du marché chinois : marque, qualité, service
    - Quels avantages concurrentiels pour communiquer en Chine ?
- Élaborer les supports opérationnels en chinois
    - Définir les codes culturels pour communiquer en Chine
    - Quelle forme adapter pour les supports commerciaux en chinois ?
    - Les clés de succès des opérations promotionnelles en Chine
- Gérer la communication en Chine : facteurs clés de succès
    - Le marché chinois des médias : approche, lobbying, gestion
    - Faire appel à un prestataire local : marketing, RP, lobbying
    - Maîtriser les techniques de communication interne en Chine
    - Plan d'action personnel : définir les actions marketing et commerciales à mettre en œuvre dès son retour en entreprise

CONNAISSANCE NETWORK

TRADE
Negotiation with Chinese partners

General Objective

S'approprier les fondamentaux de la culture chinoise. Préparer et conduire une négociation consensuelle avec ses partenaires chinois. Prévenir et gérer les risques de négociation conflictuelle.

Content

Méthode pédagogique :

- Les participants s'entraînent à communiquer et à négocier au travers de nombreuses mises en situation commentées. Ils définissent et préparent leur propre stratégie de négociation grâce à un plan d'action personnel. Ils valident leurs acquis grâce à un questionnaire de synthèse des points étudiés.

Programme :

Appréhender les spécificités du cadre de la négociation

- Situer le contexte de la relation commerciale
  - Le contexte politique et juridique général : dates, chiffres et informations clés
  - L'importance des disparités géographiques et économiques en Chine et ses conséquences sur la négociation
- Comprendre les fondamentaux de la culture chinoise
  - Identifier les éléments structurants de la pensée chinoise : langue, philosophie, religions, croyances
  - Analyser les différences essentielles avec le système de pensée occidental
- Adapter ses méthodes de négociation à la culture chinoise
  - Jouer le jeu de la face chinoise ; utiliser ses guanxi ; pratiquer la collégialité ; gérer la polychronie ; maîtriser les règles de conduite
- Mise en situation : simulation d'une négociation pour s'approprier les outils comportementaux spécifiques à la culture chinoise

Préparer méthodiquement le terrain de la négociation

- Cadrer, définir et situer le contexte de la relation commerciale
  - Obtenir des informations marché : les réseaux d'information
  - Identifier ses interlocuteurs : privé et public, pouvoir et hiérarchie
- Se préparer à convaincre ses interlocuteurs chinois
  - Définir ses avantages concurrentiels sur le marché chinois
  - Préparer des documents et des argumentaires convaincants
  - Protéger ses informations stratégiques : les règles à suivre
- Constituer son équipe de collaborateurs pour la réunion
  - Définir le profil et les fonctions des participants à la négociation
  - Faire appel à un prestataire de services : interprète, consultant
- Plan d'action personnel : définition des actions à mettre en œuvre pour préparer la négociation avec ses partenaires chinois

Pratiquer une négociation consensuelle : les règles du jeu

- Maîtriser les règles du jeu en vigueur en Chine
  - Comprendre les notions de consensus, compromis et concession
  - Définir et élaborer une stratégie de jeu
- Déjouer les principaux pièges de la négociation
  - Appréhender les enjeux et les écueils de la phase préliminaire
  - Vendre ses produits ou services : les clés de la négociation technique
  - Gérer la négociation commerciale : étapes, techniques et outils

2 days

Price / Intern

Reference
LTD0985

Public
Managers occidentaux travaillant avec des partenaires chinois.

01 72 34 27 07

Sessions

- Savoir faire face aux différents types de manipulations
- Parvenir à un consensus et mettre en place un partenariat
  - Réaliser et maintenir l'équilibre des forces en présence
  - Garder la maîtrise du temps et valider les acquis
  - Formaliser l'accord et respecter le protocole
- Mise en situation : conduite de négociations techniques et commerciales filmées et commentées par l'animateur

Savoir gérer les cas de négociations complexes en Chine

- Focus sur des situations à fort enjeu : les bonnes pratiques
  - Négocier un contrat de joint venture ou de licence
  - Négocier avec une administration ou une entreprise publique
- Prévenir et gérer les conflits avec ses partenaires chinois
  - Maîtriser les principales causes : interprétation, objectifs, statut
  - Utiliser les différentes techniques de résolution de conflit
- Adapter ses moyens de communication au contexte chinois
  - Communication en face à face ou à distance, communication écrite ou verbale : les écueils à éviter
- Questionnaire de synthèse : reprise des points clés des conditions de réussite et des écueils pour négocier avec ses partenaires chinois

CONNAISSANCE NETWORK

TRADE

Chinese market: specificities of a large target

General Objective

Acquérir des compétences techniques et culturelles pour mener avec succès des missions en Chine.

Content

Méthode pédagogique :

- Le formateur s'appuie sur un apport théorique mais surtout sur des exemples concrets qui permettent aux stagiaires de s'approprier les connaissances et techniques nécessaires pour faire face aux situations réelles.

Programme :

La Chine, un marché à très fort potentiel

- Chiffres clés, panorama, perspectives
- Une classe moyenne citadine de plus en plus nombreuse
- Les produits et services que les Chinois achètent aux étrangers
- Les avantages concurrentiels des Occidentaux sur le marché chinois

S'introduire sur le marché chinois par des correspondants sur place

- Etablir obligatoirement des relations locales avant de prospecter
- Comment contacter et choisir un correspondant commercial
- L'expérience et l'âge comme critères principaux

Vendre en Chine : principaux pièges à éviter

- Les différents organismes et conditions d'aide à l'export
- Préparer sa prospection commerciale en Chine
- Quels avantages concurrentiels sur le marché chinois ?
- Les différentes stratégies de distribution en Chine
- Préparer les supports indispensables à la prospection

Identifier et évaluer ses partenaires commerciaux chinois

- Les sources d'information efficaces : réseaux, salons, sites
- Quels critères clés de sélection et d'évaluation en Chine ?
- Les objectifs et le déroulement de la visite terrain en Chine

Étude du marché captif chinois

- Les différents profils clients / consommateurs chinois
- Les spécificités du marché chinois : marque, qualité, service
- Quels avantages concurrentiels pour communiquer en Chine ?

2 days

Price / Intern

Reference
LTD0991

Public
Chefs d'entreprise et managers occidentaux travaillant en Chine ou avec des partenaires chinois.

01 72 34 27 07

Sessions

CONNAISSANCE NETWORK

TRADE
Purchase in China

General Objective

Prospecter, évaluer et sélectionner ses fournisseurs chinois. Maîtriser les spécificités juridiques et opérationnelles des achats en Chine. S'entraîner aux techniques de négociation avec ses fournisseurs chinois.

Content

Méthode pédagogique :

- Les participants étudient les différentes étapes et les principaux pièges de la sélection des fournisseurs au travers d'exercices et de séquences de questions / réponses. Mis en situation de conduire différentes négociations techniques et commerciales, ils perfectionnent leurs pratiques.
- À la clôture de la formation, ils bénéficient également d'une analyse commentée de leur plan d'action personnel pour améliorer la gestion de leurs achats en Chine.

Programme :

Développer ses achats en Chine : approche stratégique et opérationnelle

- Approche stratégique des achats en Chine
  - Analyse du risque pays : politique, juridique, économique
  - Répartir ses achats internationaux : part des achats en Chine
  - Quels produits acheter : matières premières, composants, produits finis ?
- Étudier le marché des fournisseurs chinois
  - Identifier les réseaux d'information clés : salons, sites et guanxi
  - Définir les critères de présélection : lieu, infrastructure, garanties
- Sélectionner et évaluer ses fournisseurs chinois
  - Consulter les fournisseurs : étapes et outils de l'appel d'offres
  - La visite terrain : objectifs, mesures d'évaluation, analyse des résultats
  - Faire appel à un prestataire de services : interprète, consultant
  - Partage d'expériences : comment identifier ses fournisseurs potentiels ?

Négocier avec les fournisseurs : les étapes

- Connaître les spécificités de la négociation en Chine
  - Donner de la face à ses interlocuteurs chinois
  - Appréhender la diversité des participants à la négociation
  - Pratiquer une négociation consensuelle : les règles du jeu
- Évaluer les trois phases clés du jeu de la négociation
  - Appréhender les éléments - clés de la phase préliminaire
    Conduire une négociation technique : les règles à observer
    Déjouer les principaux pièges de la négociation commerciale
- Conduire une négociation avec ses fournisseurs chinois
  - Parvenir à un consensus : objectifs, déroulement, résultats
  - Maîtriser les délais de négociation et gérer ses émotions
  - Finaliser la négociation achats : conclusion, formalisation
  - Mise en situation : utilisation de six arguments convaincants pour négocier ses CGA et son cahier des charges technique

Gérer ses achats en Chine : méthodes et outils

- Contrôler ses fournisseurs et produits chinois
  - Garantir la qualité des produits : procédure et outils de contrôle
  - Maîtriser les délais de production : méthode préventive et curative
  - Optimiser le contrôle quantitatif : les bonnes pratiques

2 days

Price / Intern

Reference
LTD0982

Public

Acheteurs, managers occidentaux en poste en Chine ou travaillant avec des fournisseurs chinois.

01 72 34 27 07

Sessions

- Mettre en œuvre un partenariat achats en Chine
  - Illustrer différents types de partenariats : OEM, ODM, logistique
  - Développer un partenariat en mode projet : les règles à suivre
  - Intégrer ses fournisseurs dans la supply chain internationale
- Communiquer efficacement avec ses fournisseurs chinois
  - Quelles méthodes de communication adaptées utiliser ?
    Exercice d'application : élaboration d'une procédure de développement de produits OEM et de contrôle de la production avec ses fournisseurs chinois

Maîtriser les aspects financiers, juridiques et logistiques

- Appréhender les enjeux juridiques des achats en Chine
  - Clauses contractuelles, pénalités et recours possibles en matière de propriété intellectuelle, respect de la qualité et des délais
  - Créer un bureau d'achats en Chine : choix de structure et formalités
- Optimiser le paiement de ses fournisseurs
  - Crédit documentaire et LCSB : comment bien les utiliser ?
  - Gérer les risques de change : devise, couvertures possibles
- Gérer le transport des marchandises depuis la Chine
  - Identifier les Incoterms adaptés et les cas d'utilisation : EXW, FOB, FCA
  - Transport de marchandises : délais, coûts, procédure, prestataire
  - Répertorier les documents nécessaires au dédouanement
  - Plan d'action personnel : définition de son plan d'achats en Chine et des différentes actions à mener de retour en entreprise

CONNAISSANCE NETWORK

TRADE
Select Chinese products for the European market

General Objective

Acquérir des compétences techniques et culturelles pour mener avec succès des missions en Chine.

Content

Méthode pédagogique :

- Le formateur s'appuie sur un apport théorique mais surtout sur des exemples concrets qui permettent aux stagiaires de s'approprier les connaissances et techniques nécessaires pour faire face aux situations réelles.

Programme :

La Chine : fournisseur mondial

- La Chine, leader incontesté en volume de production dans de nombreux domaines
- Depuis 2004, la Chine dépasse les Etats-Unis pour l'exportation de produits high-tech
- Les raisons d'un succès
- Confiance et réticences des consommateurs occidentaux

Des prix très compétitifs

- Une production de masse facile à mettre en place
- Des salaires bas et des conditions de travail exigentes
- Vers une réévaluation du yuan ?

La qualité des produits fabriqués en Chine

- La sécurité alimentaire
- Les produits manufacturés
- La contrefaçon

Saisir les opportunités pour séduire le marché étranger

- Les grandes tendances
- Les "petits" producteurs, les fabricants indépendants
- Les magasins vitrines
- Les points à vérifier avant de signer

Etude de cas : les jouets made in China et les normes européennes/américaines

- Les différentes certifications
- Les tests avant exportation
- Les causes de rappels (Mattel...)
- NB : l'étude de cas pourra porter sur un autre sujet

2 days

Price/Intern

Reference
LTD0981

Public
Chefs d'entreprise et managers occidentaux travaillant en Chine ou avec des partenaires chinois.

01 72 34 27 07

Sessions

CONNAISSANCE NETWORK

BULLETIN D'INSCRIPTION

Company :	CONNAISSANCE NETWOR
Address :	2, rue du Helder 75009 PARI
City :	Tel : 01.72 34 27 07- Fax : 01.53 34 06 1
Postal Code :	N° SIRET : 402 417 844 000 14 - APE 741
N° SIRET:	N° de déclaration d'existence : 1175294057

Representative of the establishment : .....

Function :	Email : .....
Phone:	Fax : .....

Duration	Description of training	Place of training	Start Date Session
.....	..... Reference :	..... *(enter the city)*	..... / ..... / ..... *(subject to the maintenance of the session)*

Number of entries	Full name of (the) participant(s)
…… *participants*	……

Pricing	TOTAL TTC		
..... participant(s) X ..... / stagiaire	..... €	..... €	..... €

Mode of payment	
☐ Deposit 30 % : .....HK$..... ☐ Option meals - unit price : HK$ 12 ☐ Payment by bank transfer ☐ payment by cheque *(paiement du solde à réception de facture)*	☐ OPCA si oui lequel : ..... *(sous réserve d'accord de prise en charge)*

"Bon pour accord",

Signature :

Fait à ....., le ...../...../.....

Cachet :

CONNAISSANCE NETWORK

CONDITIONS GENERALES DE VENTE

Objet et champ d'application :
Suite à la commande d'une formation l'acheteur accepte sans réserve les résentes conditions générales de vente qui prévalent sur tout autre document de l'acheteur, en particulier ses conditions générales d'achat.

Validation d'inscription :
Une inscription n'est définitivement enregistrée q'après réception du présent bon de commande, revêtu de votre cachet et de votre signature sur les 2 pages composant et d'un chèque d'acompte (En cas de subrogation, l'acompte de 30% est remplacé par l'accord de prise en charge délivré par l'organisme payeur) Connaissance Network se réserve expressément le droit de disposer librement des places retenues par le Client, tant que les frais d'inscription n'auront pas é couverts dans les conditions prévues ci-dessus.

Documents contractuels :
Au terme de la formation, une facture valant convention vous sera adressée, correspondant au solde du montant de la prestation. A réception de l'intégralité du règlement, une attestation de stage vous sera délivrée.

Prix, facturation et règlements :
Tous nos prix sont indiqués hors taxes. Ils sont majorés de la TVA au taux en vigueur (19,6%). Tout stage commencé sera dû intégralement par le Client.
Les factures sont payables, sans escompte et à l'ordre de Connaissance Network 30% à la commande (sauf modifications mentionnées dans le présent bon commande), puis le solde à réception de facture.

Règlement par un OPCA :
En cas de règlement de la prestation pris en charge par un OPCA, le Client doit faire lui-même la demande de prise en charge avant le début de la formatior et s'assurer de l'acceptation de sa demande. En cas de paiement partiel du montant de la formation par l'OPCA, le solde sera facturé au Client.
Si Connaissance Network n'a pas reçu la validation de la prise en charge de l'OPCA avant le début de la formation, le Client sera facturé de l'intégralité du co de la formation. Le cas échéant, le remboursement des avoirs par Connaissance Network est effectué sur demande écrite du Client accompagné d'un relevé d'identité bancaire original.

Refus d'inscription :
Connaissance Network se réserve le droit de refuser d'honorer une commande et de délivrer les formations à un Client qui n'aurait pas procédé au paiement commandes précédentes, et ce sans que le Client puisse prétendre à une quelconque indemnité, pour quelle que raison que ce soit.

Conditions d'annulation et de report :
Toute annulation par le Client doit être communiquée par écrit.
En cas d'annulation par le Client, moins de 10 jours ouvrés avant la session de formation convenue, et ce quelque en soit la cause, l'intégralité du montant c la formation sera dû. Néanmoins, Connaissance Network s'engage à proposer dans les 6 mois suivants, dans la mesure du possible, une nouvelle date de formation sur le même sujet, afin de permettre au Client de suivre le module concerné.

Renonciation :
Si Connaissance Network ne se prévaut pas de l'une des clauses présentes dans ces conditions générales de vente à un moment précis, cela ne peut être considéré comme une renonciation à cette même clause ultérieurement.

Loi applicable :
Loi française est applicable en ce qui concerne ces Conditions Générales de Ventes et les relations contractuelles entre Connaissance Network et ses Clients.

Attribution de compétences :
Tous litiges qui ne sauraient être réglés à l'amiable seront de la COMPETENCE EXCLUSIVE DU TRIBUNAL DE COMMERCE DE PARIS, quel que soit le siège ou la résidence du Client, nonobstant pluralité des défendeurs ou appel en garantie.

Election de domicile :
L'élection de domicile est faite par Connaissance Network à son siège social au 2, rue du Helder - 75009 PARIS

Je, soussigné, ……, reconnais avoir pris connaissance des présentes Conditions Générales de Vente et en accepter les termes.

Fait à ……, le……

Signature : Cachet :