

CHECK LIST

Se développer à l'international



CAPACITÉ À S'INTERNATIONALISER



IDENTIFICATION DES MARCHÉS CIBLES



ÉTUDE DE MARCHÉ :

- Local
- Pays cible



CHOIX DU MODE D'ENTRÉE SUR LE MARCHÉ



STRATÉGIE GESTION DE LA LOGISTIQUE ET DE LA CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT



GESTION DE LA RESSOURCE HUMAINE SUR UN NIVEAU INTERNATIONAL



STRATÉGIE GESTION DES RISQUES



STRATÉGIE MARKETING ET COMMUNICATION INTERNATIONALE