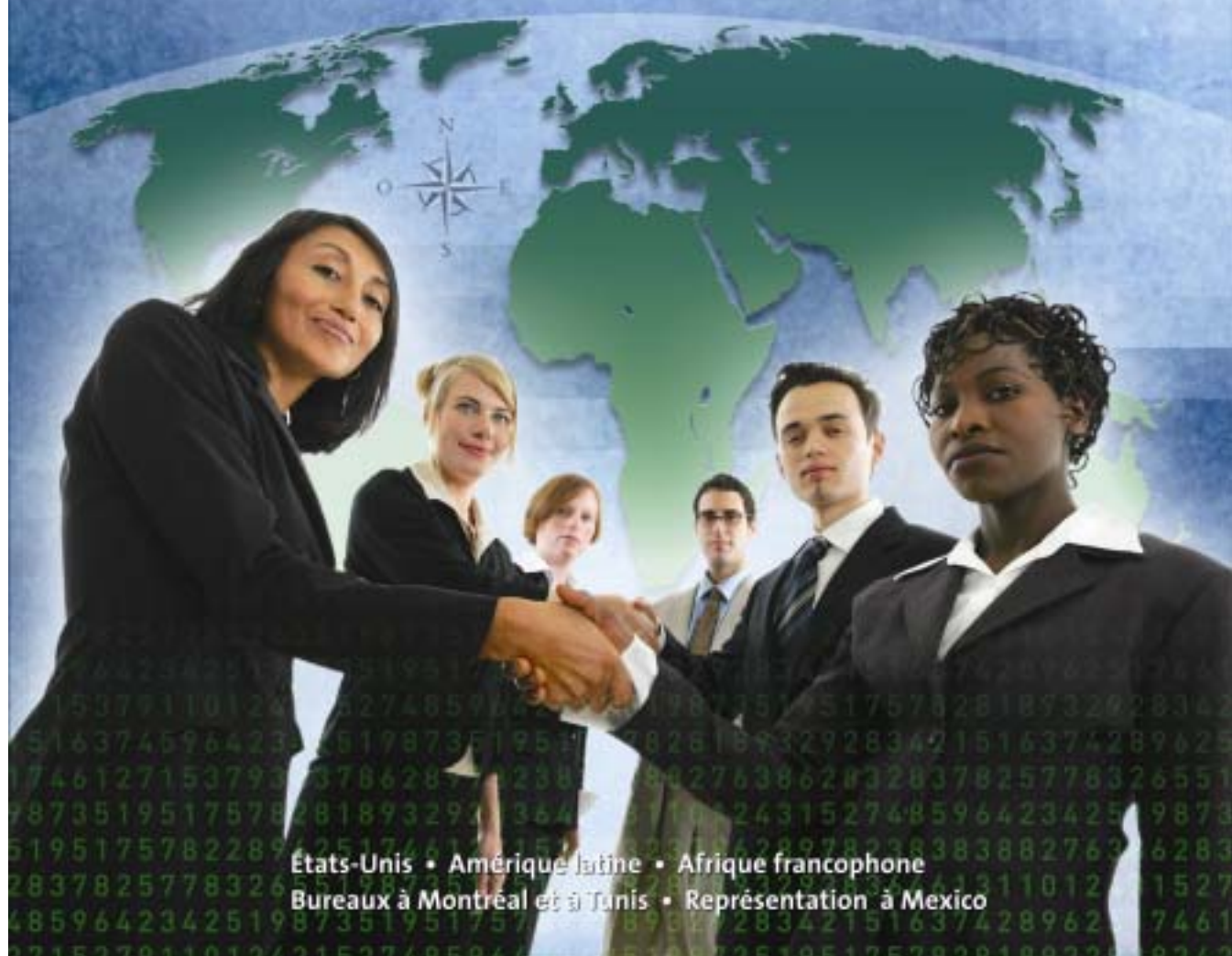


Surpassez vos frontières



Formations et conférences

Services aux entreprises
et aux organismes de
promotion de l'exportation



Le Savoir : première étape de l'exportation

L'APPROCHE DE CONTACTS MONDE EN COMMERCE INTERNATIONAL :

1. SAVOIR

2. PLANIFIER

3. AGIR

UNE APPROCHE DYNAMIQUE ET MULTIMÉDIA

« Dynamisme », voilà un terme constamment utilisé pour décrire nos conférences et nos formations ! Les ingrédients de ce dynamisme ? Un contenu maîtrisé, une capacité de s'inspirer des commentaires de l'auditoire, des outils à la fine pointe de la technologie et un amour du métier. Ce dynamisme est soutenu par l'utilisation du multimédia. Toutes nos formations incorporent en effet des outils tels que la vidéo, la présentation PowerPoint et la recherche en direct sur la Toile. De plus, chaque participant reçoit un ou des outils de travail pratiques (manuel, guide, CD-ROM ou autre, selon les besoins), ce qui décuple l'utilité de la formation.

DES PROPOS RÉALISTES ET PRATIQUES

Chaque client, entrepreneur ou projet, contexte est unique. Nous-mêmes issus de PME, nous comprenons bien la réalité entrepreneuriale. D'ailleurs, Karl Miville-de Chêne est le seul formateur en commerce international au Québec à diriger sa propre maison de commerce (www.caravantrade.biz). Œuvrant dans le domaine depuis 1984, il connaît bien les réalités de la vie d'entrepreneur, qui prennent souvent la forme d'urgences, de limitation des ressources et de marchés à développer. Ses propos reflètent ce vécu et offrent aux participants des pistes utiles et réalistes. Une expérience aussi vaste permet de cerner les besoins de chacun et d'offrir, en formation, des réponses précises aux interrogations formulées.

POLYVALENCE ET MULTISECTORIALISME

Tant les entreprises privées que les organismes publics ont recours à nos services. La formule de la formation varie selon les besoins : conférence, séminaire, etc. Il en est de même de sa durée, qui peut se résumer à une intervention d'une heure ou à un approfondissement d'un thème durant plusieurs jours. Nous avons offert des formations à des groupes de toutes tailles et issus de secteurs variés, hétérogènes et homogènes. Il nous est possible de concevoir, même dans des délais restreints, des contenus inédits et propres à un secteur. Nos formateurs peuvent également assurer l'animation de divers types d'événements.

INTERCULTURALISME ET MULTILINGUISME

La présence en milieu interculturel fait partie de notre quotidien, et nous avons offert diverses prestations en Afrique francophone, au Maghreb et Amérique latine. Nos formations, ainsi que notre matériel d'accompagnement, sont actuellement offerts en français, en anglais et en espagnol.

ASSURANCE-QUALITÉ

Une assurance-qualité, cela signifie que nous vous servons de notre mieux, tel que convenu. Nous mettons en place les systèmes nécessaires pour répondre à vos objectifs, dans les délais et les budgets impartis. Pour ce faire, nous veillons à bien saisir vos besoins, à confirmer le mandat par écrit et à évaluer les résultats avec vous.

FORMATIONS SUR MESURE ET SERVICES-CONSEILS

Nous pouvons élaborer des contenus et des types de formation spécialement pour vous. Notre Direction de services-conseils peut aussi agir auprès d'entreprises désirant développer des activités à l'étranger. Faites-nous part de vos problématiques et nous vous présenterons des réponses précises, adaptées et efficaces.

Nos conférences, formations et séminaires

Techniques du commerce international

1. À la conquête des marchés internationaux
2. Motivation de l'entrepreneur aux marchés internationaux : introduction et *coaching*
3. Approvisionnement (*sourcing*)
4. Stratégies de sélection de marchés
5. Les technologies de l'information (TI) et leurs applications en commerce international
6. La veille boomerang **Nouveau**
7. La foire commerciale (traditionnelle et virtuelle) : comment en tirer profit?
8. Les aspects financiers
9. Les aspects juridiques
10. Votre département international géré par...vous même **Nouveau**
11. Comment travailler avec les Maisons de commerce /Sociétés de commerce international
12. Comment améliorer la performance de son réseau de distribution **Nouveau**
13. Le diagnostic international : À vos marques, prêts? **Nouveau**
14. Le plan d'affaires internationales
15. Stratégies d'exportation du manufacturier

Techniques de vente et de négociation

1. Commercialiser ses produits et services
2. Techniques de vente et de négociation

Marchés régionaux

1. Faire affaire au Mexique
2. Faire affaire aux États-Unis
3. Faire affaire au Canada **Nouveau**

Le facteur humain

1. Réaliser des affaires dans un contexte interculturel
2. La diversité et l'atteinte de nos objectifs : deux réalités conciliables ?

Être entrepreneur

1. L'innovation dans les PME
2. Être entrepreneur, c'est quoi ?

Conformité douanière

1. Le Customs-Trade Partnership Against Terrorism (C-TPAT) : La sécurité...et bien plus **Nouveau**

Programmes d'approfondissement (de 40 à 60 heures)

1. Les aspects pratiques du commerce international (APCI ©)
2. La formation des formateurs en commerce international

Sur mesure

Un mot sur le **FORMAT DES SESSIONS** et le **MATÉRIEL D'ACCOMPAGNEMENT**

Habituellement, les formations de Contacts Monde sont d'une durée de trois heures (sauf indication contraire). Le format est adapté aux besoins du client (séminaire, conférence, atelier). Toutes les prestations bénéficient d'un généreux matériel d'accompagnement (tel que CD-Rom, documentation complémentaire, etc.)

MPA : Formation sur les meilleures pratiques d'affaires du Ministère du Développement économique, de l'Innovation et de l'Exportation (MDEIE)

TECHNIQUES DU COMMERCE INTERNATIONAL

1. À la conquête des marchés internationaux

Cette formation vise l'acquisition des connaissances nécessaires à l'élaboration d'une stratégie de développement et d'exploitation des marchés extérieurs. On y apprend à réaliser un plan complet et précis de développement d'un nouveau marché, ainsi qu'à

instaurer et à alimenter ses relations afin de conclure des ententes commerciales viables.

2. Motivation de l'entrepreneur aux marchés internationaux : introduction et *coaching*

Dans le contexte actuel de mondialisation, il est de plus en plus approprié de préparer l'entreprise et les cadres à profiter des occasions d'affaires qui s'offrent à l'international. Le but de ce séminaire est de motiver les cadres à tirer parti de ces possibilités et de montrer où se trouvent les outils permettant la planification stratégique, l'information et la formation en matière d'import-export ainsi que les ressources humaines, financières et gouvernementales.

Forme - Visite de l'entreprise et entrevue avec sa direction pour cibler les objectifs à atteindre. Ensuite, séminaire de 6 à 8 heures offrant vision, information, conseils et outils.

Cette formation s'adresse tout particulièrement aux entreprises débutant sur un marché. Elle vise surtout les cadres supérieurs et intermédiaires de PME désirant amener leur entreprise à l'international.

3. Approvisionnement (sourcing)

Cette formation aborde les techniques de recherche de produits et de marchés étrangers. On s'y initie aux différents types de fournisseurs, aux moyens de les atteindre, aux relations exportateur-fournisseur et aux intermédiaires à l'international. Sont également traités les critères de sélection de marchés potentiels, les analyses qualitative et quantitative, le fonctionnement des marchés, les circuits de distribution et la concurrence.

4. Stratégies de sélection de marchés

Le succès d'une démarche internationale dépend de maints facteurs, dont le choix du marché visé. Pour bien le cibler, il faut connaître ses avantages concurrentiels et établir sa stratégie d'exportation. Ce séminaire vise à habiliter les participants à bien choisir leur marché cible. On y présente divers outils de recherche et d'analyse tels que les publications, les banques de données électroniques, le réseautage auprès de collègues, clients, fournisseurs, compétiteurs et fonctionnaires, ainsi que des techniques de recherche quantitative et qualitative.

5. Les technologies de l'information (TI) et leurs applications en commerce international

La formation propose des manières innovatrices d'utiliser les TI, en tant qu'outil de recherche, de communication, de suivi de transport et d'activités bancaires au niveau des transactions internationales. La formation couvre les différents sites utilitaires, la création de sites Web axés sur l'exportation ainsi que différentes techniques de recherche et de veille.

Forme – Session MPA ou Séminaire multimédia interactif de trois heures. Également offert en version de 6 heures, avec 10 conférenciers

6. La veille boomerang Nouveau

La mise en place d'une cellule de veille concurrentielle centrée sur les besoins stratégiques de l'entreprise est examinée à fond. Quelle information chercher et comment ? Comment les évaluer ? Qui peut le faire ? Combien ça coûte ? Réponses à toutes ces questions.

7. La foire commerciale (traditionnelle et virtuelle) : comment en tirer profit?

Internet permet d'envisager les foires comme des occasions de *clore une vente* plutôt que simplement accéder à un nouveau lieu de prospection. La formation démontre comment aborder et planifier sa foire commerciale un ou deux ans à l'avance et se servir de cette période pour faire la prospection et la sélection de partenaire de manière à entamer la négociation avant la

foire. Sont également abordés les aspects traditionnels de la foire (planification, kiosque et budget).

8. Les aspects financiers

Quels sont les aspects financiers des transactions internationales ? Sont abordés la planification stratégique des éléments composant les aspects financiers du commerce international, les différentes formes de financement accessibles et les sources d'aide existantes aux niveaux privé, gouvernemental et bancaire, le calcul des coûts et des prix, la gestion des divers instruments financiers, l'analyse des risques comme outil de prise de décision et la présentation des besoins aux conseil d'administration, au banquier et aux partenaires.

9. Les aspects juridiques

Cette formation clarifie les aspects juridiques pertinents et essentiels à saisir dans toute démarche internationale, dont :

- la marque de commerce;
- le contrat de vente, de distribution et de licence;
- l'arbitrage;
- les accords commerciaux internationaux;
- la corruption et la fraude;
- l'implantation à l'étranger.

10. Votre département international géré

par...vous même Nouveau

Comment doit se structurer une entreprise qui veut augmenter sa présence sur les marchés internationaux ? Que l'entreprise soit débutante ou expérimentée, cette question est toujours pertinente. Doit-on embaucher une nouvelle personne ? Quelles sont les options disponibles ? Quelles opérations sont à prévoir ? Et qu'en est-il du budget ? Enfin voici l'information nécessaire pour faciliter la mise en place du service international de la PME. Plus précisément, on aborde le diagnostic de l'entreprise, le calcul de coûts et de prix à l'exportation, le matériel et les logiciels, le marketing et la promotion, la main-d'œuvre, le soutien gouvernemental et la rentabilité du service.

11. Comment travailler avec les Maisons de commerce /Sociétés de commerce international

Ce séminaire présente les différents types de maisons de commerce/sociétés de commerce international (MD/SCI) dans un contexte d'exportation. Il présente également les règles régissant le bon choix d'une MC/SCI ainsi que les avantages et les caractéristiques de faire affaire avec ces partenaires dans un contexte lié à l'exportation des produits et services.

12. Comment améliorer la performance de son réseau de distribution Nouveau

Ce séminaire présente des outils de soutien pour «mieux» travailler avec son propre réseau et apprendre comment maximiser les retombées des investissements. On y présente divers trucs du métier ainsi que les paramètres incontournables d'un partenariat réussi.

13. Le diagnostic international : À vos marques, prêts? Nouveau

Souvent négligé, le diagnostic international est une étape cruciale dans toute démarche à l'international. Ce séminaire en présente ses avantages et fournit tous les outils et les ressources nécessaires à sa réalisation. En identifiant ses forces et ses faiblesses, l'entreprise maximise ainsi les chances de succès de sa démarche.

14. Le plan d'affaires internationales

À la fin de la session, les participants comprennent l'importance du plan d'affaires internationales et sont en mesure d'en élaborer un.

15. Stratégies d'exportation du manufacturier

Placé dans un contexte local et international de plus en plus concurrentiel, le manufacturier est appelé à planifier et optimiser sa démarche internationale. Ce séminaire vise à lui offrir un cadre pour sa démarche d'exportation, à l'aider à choisir une stratégie de diversification convenable ainsi qu'à comprendre les éléments de calcul de prix et de coût et à travailler à fond la négociation.

TECHNIQUES DE VENTE ET DE NÉGOCIATION

1. Commercialiser ses produits et services

Cette formation a pour but de permettre à l'entrepreneur de :

- Reconnaître les avantages et les difficultés de l'exportation sur des marchés traditionnels et non traditionnels (États-Unis vs ailleurs dans le monde)
- Connaître les éléments de la culture d'affaire étrangère
- Développer des stratégies d'exportation gagnantes
- Analyser la constitution de partenariats
- Répertorier les sources de références.

2. Techniques de vente et de négociation

Cette formation a pour but de familiariser le participant avec les techniques de vente et de négociation adaptées au commerce international. Elle expose aussi les obligations de l'acheteur et du vendeur, les divers contrats de représentation, l'offre et la contre-offre et la finalisation contractuelle de la transaction.

MARCHÉS RÉGIONAUX

1. Faire affaire au Mexique

L'ALENA a ouvert de multiples portes aux entreprises d'ici. Mais combien réussissent réellement à en tirer profit ? Cette formation montre qu'il est possible, même pour une PME, de profiter des possibilités du marché mexicain. Il faut toutefois être stratégique dans son approche, patient et bien outillé.

Forme - Possibilité de simulation d'une transaction avec un intervenant d'origine mexicaine.

2. Faire affaire aux États-Unis

L'oncle Sam doit-il être abordé comme l'oncle Tremblay ? Comment négocier avec les acheteurs américains ? Comment s'outiller pour réussir sur ce marché si proche et si lointain ?

3. Faire affaire au Canada Nouveau

Faire des affaires au Canada n'est pas exclusif aux entreprises américaines ou européennes. Les entreprises issues des pays émergents peuvent tout aussi bien y réussir à conditions de suivre les règles que ce séminaire détaille et analyse.

LE FACTEUR HUMAIN

1. Réaliser des affaires dans un contexte interculturel

Cette conférence s'adresse aux entrepreneurs et aux commerçants
Cette formation a pour but de mettre les participants devant une réalité constante en commerce international. On y analyse comment établir des liens avec des personnes issues d'autres cultures et instaurer un climat d'affaires harmonieux misant sur les ressemblances et non les différences. On y apprend à :

- Reconnaître les défis particuliers de la dimension culturelle des affaires
- Comprendre les avantages et les difficultés à anticiper
- Connaître les éléments de la culture
- Développer des stratégies d'exportation en connaissance de cause
- Analyser les éléments de négociation
- Connaître les sources de références.

2. La diversité et l'atteinte de nos objectifs : deux réalités conciliables ?

Pour plusieurs, la diversité au travail signifie « problèmes de communication », « cuisines sales » et « quotas ». Pourtant, cette diversité représente une richesse extraordinaire pour toute organisation et un facteur déterminant pour soutenir mission et rentabilité. Pour cela, il faut miser sur nos ressemblances et nos objectifs organisationnels. C'est possible, lorsqu'on est prêt à en discuter !

Cette conférence s'adresse aux organismes publics et aux entreprises privées. Elle s'adapte aux niveaux hiérarchiques des participants (dirigeants, professionnels, personnel administratif, etc.)

ÊTRE ENTREPRENEUR

1. L'innovation dans les PME

Pour rester compétitif sur un marché planétaire, l'entreprise doit être constamment à l'affût et innover dans toutes ses façons de faire. Ce séminaire insiste sur la facilité pour la PME d'avoir accès à des idées novatrices sans pour autant grever ses budgets. L'innovation tient souvent à une adaptation de concepts existants et sur l'échange d'information. On aborde donc les différentes ressources par secteurs d'activité et apprend à les utiliser de manière à développer de meilleures pratiques commerciales.

2. Être entrepreneur, c'est quoi ?

Faut-il vraiment avoir de l'expérience dans un domaine pour s'y lancer ? Quels sont les traits de caractère de l'entrepreneur ? À quoi consacre-t-il ses journées et comment réussit-il à toujours aller de l'avant ? Telles sont les questions auxquelles le conférencier propose quelques pistes de réflexion.

Cette conférence s'adresse particulièrement aux jeunes.

CONFORMITÉ DOUANIÈRE

1. Le Customs-Trade Partnership Against Terrorism (C-TPAT): La sécurité....et bien plus Nouveau

« Exporter aux États-Unis est un privilège », les douanes américaines ne cessent de le répéter. Pour se doter de ce « privilège » les entreprises doivent désormais se faire certifier C-TPAT et se conformer à des exigences

strictes en matière de sécurité...mais pas seulement. Ce séminaire présente le programme C-TPAT, ses avantages ainsi que la démarche requise pour s'accréditer au moindre coût et dans les meilleurs délais.

Forme – Session MPA ou Séminaire multimédia interactif de trois heures.

PROGRAMMES D'APPROFONDISSEMENT (DE 40 À 60 HEURES)

1. Les aspects pratiques du commerce international – APCI ©

Cette formation, déjà diffusée à l'UQAM et à l'UQAT ainsi qu'en Tunisie, a pour but de se familiariser au commerce international. Elle est axée sur les aspects pratiques, ainsi que sur les outils, les us et coutumes et les règles du commerce international. Les sujets abordés incluent :

- Diagnostic, planification, marchés cibles
- Calcul de coût et de prix
- Programmes d'aide
- Agents commerciaux
- Vente et négociation
- Contrats et aspects juridiques
- Internet et commerce électronique
- Accords internationaux
- Incoterms et logistique
- Aspects financiers et gestion des risques.

Forme - Suite de séminaires de trois heures par sujet

2. La formation de formateurs en commerce international

Ce programme de formation en commerce international vise à former des formateurs qui pourront ensuite agir de manière autonome pour former des négociants en import-export. Nous avons agi à titre de concepteur et de formateurs en Côte d'Ivoire pour un tel programme (2000-2002). Résultats : diplomation de 33 formateurs et création de 90 négociants, ainsi que fondation de deux maisons de commerce depuis la finalisation du premier cours.

Forme - Généralement, trois semaines de formation dans le pays cible.

Ce programme est destiné aux organismes voués à la promotion des exportations. Nous pouvons vous appuyer dans la recherche de financement.

L'approche Contacts Monde

L'EXPORTATION EN 3 ÉTAPES

1. Savoir

- Suivez des formations adaptées à votre réalité
- Apprenez en mode multimédia
- Étudiez en ligne
- Formez vos propres formateurs

2. Planifier

- Obtenez un diagnostic, un plan d'affaires et des études de marché approfondis (Nos spécialités : les secteurs manufacturier et agroalimentaire)

3. Agir

- Profitez d'un *coaching* sur mesure
- Améliorez vos ententes commerciales
- Augmentez votre rentabilité

NOS PRINCIPES D'INTERVENTION

- Approche sur mesure
- Démarche terre à terre
- Concertation et participation continue
- Participation du client
- Développement équitable et respectueux de l'environnement
- Gestion de la qualité

UNE APPROCHE PRATIQUE

- Axée sur la réalité
- Orientée PME
- Utilisant au maximum les technologies de l'information
- Reconnue par de nombreux clients du secteur privé et public, sur la scène nationale et internationale

QUELQUES CLIENTS QUI NOUS ONT FAIT CONFIANCE

- Organisations internationales : AMSCO, APEX-CI, Bancomext Mexique, CEPEX, FAMEX, CMPE
- Organisations fédérales : ACDI, Industrie Canada, MAECI, Mondial de l'entrepreneuriat jeunesse, Affaires étrangères Canada, EDC, FDSP
- Organisations provinciales : MDEIE, MRI, SDI, WED
- Organisations municipales ou sectorielles : très nombreuses; liste complètes disponible sur demande
- Maisons d'enseignement : *Universités* : Bishop, HEC-Montréal, Sherbrooke, Université du Québec à Montréal (UQAM), Université du Québec en Abitibi-Témiscamingue (UQAT); *Cégeps* Bois de Boulogne, Collège O'Sullivan, Victoriaville. *Institut Privés* : Groupe Avicenne d'enseignement Privé
- Entreprises privées : Confidentiel

NOS FORMATEURS COLLABORATEURS

- Francine AUBÉ
- Abdelmajid BEN HAMADOU
- Lassaâd BEN HASSINE
- Alain GINGRAS
- Pierre GRAVEL
- Martin HOUDE
- Élisabeth LAVIGUEUR
- Yves LEGAULT
- Andrée LONGPRÉ
- Alain MICHAUD
- Benoît PEPIN
- Sylvain PELCHAT
- Éric TESSIER
- Jacques VALLÉE

Surpassez vos frontières

La société

Contacts Monde existe depuis 1998. La société offre des services-conseils et des formations en commerce international. Elle compte deux associés ainsi qu'une équipe de collaborateurs choisis avec soin.

Direction des formations



Karl Miville-de Chêne

Associé

Vingt ans d'expérience à l'international. Conférencier et formateur reconnu pour son dynamisme et sa gestion des nouvelles technologies. Spécialiste en produits alimentaires, particulièrement le café. Gestionnaire de sa propre maison de commerce et de deux organismes liés aux affaires internationales. Trilingue. Agréé Emploi-Québec (50525).

Direction des services-conseils



Isabelle Limoges M.A., Adm.A

Associée

Dix ans d'expérience en consultation internationale. Spécialisée en stratégie marketing, développement de marchés et coaching en processus export. Experte en études d'égalité des sexes pour l'Agence canadienne de développement international. Formation universitaire en recherche, en sciences sociales et en administration. Formatrice-conférencière auprès de divers organismes. Trilingue.

Membre de



Partenaire en Tunisie



B.P. 552, Tour de la Bourse
Montréal (Québec)
CANADA H4Z 1J8

Tél. : 1 514 387-9009
Sans frais : +1 877-387-9009
Télééc. : +1 514 387-5480

Espace Tunis, Block F
1^{er} étage, apt. 2, Montplaisir
1002 Tunis TUNISIE

Tél. : +216 71 95-12-95
Télééc. : +216 71 95-17-83

info@contactsmonde.com • www.contactsmonde.com