

Formation Choisir son canal de vente et de distribution à l'international

International

Référence de la formation : **X005**

Villes : **Strasbourg, Colmar, Mulhouse**



En présentiel ou à distance **Accessible**

Durée : **1 jour (7 heures)**

Tarif Inter : **510 € net**

[Tarif intra sur demande](#)

Strasbourg

Chantal ZEMMOUR

Assistante Coordinatrice formation continue
Site de Strasbourg
[+33 3 88 43 08 21](tel:+33388430821)

Colmar

Danielle KRUGER-LOTH

Chargée de relation client
Site de Colmar
[+33 3 89 20 22 31](tel:+33389202231)

Mulhouse

Gaëlle GIGAN

Chargée de Relation Client
Site de Mulhouse
[+33 3 89 33 35 14](tel:+33389333514)

Mise à jour le 22 août 2023

Objectifs de la formation

- Développer les bons réflexes professionnels propres à accélérer l'approche des marchés export et des prospects en évitant la vente directe classique
- Savoir recruter un agent commercial ou choisir un distributeur sélectif
- Négocier les clauses contractuelles adaptées
- Mettre en place un système de reporting adapté

A qui s'adresse la formation ?

Public

- Toute entreprise souhaitant développer son courant d'affaires à l'international en actionnant deux types d'intermédiaires différents : l'agent commercial et le distributeur
- Personnel des services de direction, commerciaux, comptables et juridiques

Pré-requis

- Aucun

Les points forts de la formation ?

- Formation animée par un expert dans le domaine
- Démarche pédagogique active et participative
- Outils opérationnels utilisables en entreprise

Programme de la formation

1. Vendre directement (exportation) et contrôler l'action commerciale

- L'exportation directe depuis l'entreprise de production : une étape nécessaire, préalable et non suffisante
- Les ventes directes commerciales, industrielles, par correspondance et via la GMD
- Le cas particulier du représentant salarié : contrat de travail, rémunération et contrôle / sanction
- Le e-commerce et la vente par Internet
- Le coût réel de l'exportation directe
- Bilan des avantages et inconvénients de la vente directe

2. Maitriser le fonctionnement du contrat d'agence et de distribution

- La définition différenciée de l'agent et du distributeur
- La nature différente du contrat : la délégation sans investissement (distributeur acheteur / revendeur ferme), le contrôle sans investissement (l'agent mandataire)
- Les avantages et inconvénients respectifs des deux solutions
- La protection des agents et l'encadrement légal de l'exclusivité bénéficiant au distributeur
- L'état des législations européennes et étrangères
- Les critères de recrutement de l'agent
- Les critères de sélection du distributeur
- Le niveau d'implication technique et économique de l'exportateur « mandant » ou « donneur d'ordre »
- Les budgets prévisionnels
- La logistique à mettre en œuvre

3. Négocier et la formaliser les clauses stratégiques du contrat d'agent et de distribution

- La territorialité et les produits et services confiés
- La bonne foi (mutual consideration) et le périmètre des obligations et droits respectifs
- Les fonctions et missions des intermédiaires : acheter et vendre pour le distributeur ; représenter et prospecter pour l'agent
- L'action commerciale : les conditions de vente et l'effort marketing ; l'autonomie pour le distributeur, la concertation et la participation pour l'agent
- Le sort de la sous-traitance
- La protection de la propriété industrielle et commerciale
- La bonne fin de la facturation et du règlement : l'achat ferme pour le distributeur, le du croire pour l'agent
- Le commissionnement de l'agent : assiette, formules de calcul plafonnement ou déplafonnement
- La détermination du prix de cession au distributeur
- Les clauses dites de « performance »
- La portée du reporting : limité pour le distributeur, partagé pour l'agent
- Les dispositions logistiques
- Le contentieux et la rupture contractuelle

4. Gérer les cas particuliers

- La nouvelle contrainte des contreparties industrielles et commerciales et la dimension sociale de l'import/export
- La succursale
- La filiale commerciale
- La filiale industrielle : cas particulier des « joint-ventures imposées »
 - L'intérêt de la mutualisation des moyens et compétences
 - Filiale minoritaire et prise de participation dans une structure existante
 - Implantation industrielle partagée
 - Joint-venture et partnership à l'anglo-saxonne
- La création et utilisation d'une matrice d'aide à la décision et d'un check list de contrôle
- S'inspirer des contrats professionnels sectoriels et de la Chambre de Commerce Internationale

Modalités de la formation

Les modalités pédagogiques

Supports informatiques / mises en pratique aidées

Organisation

En face à face pédagogique
Formation à distance ou en présentiel

Évaluation des connaissances

Mise en situation et/ou Questionnaire

Validation de la formation

Attestation d'évaluation des acquis
Attestation de suivi de formation



Chiffres clés

92 %

de recommandation en 2022

92 %

de satisfaction en 2022

5601

nombre de stagiaires en 2022