

# explort

International  
Business Training



# EXPLORT ACADEMY

Boost your international skills !

[www.explor.t.be](http://www.explor.t.be)

  
Wallonia.be  
EXPORT  
INVESTMENT

Centre de  
compétence  
**business**

**forem**  
 IFAPME





Réussir l'internationalisation de son entreprise c'est mesurer les transformations que l'aventure implique : elle appelle naturellement la mobilisation des équipes autour d'un projet durable et stratégique, dans le but de dépasser les frontières géographiques et commerciales de son entreprise. Cela passe aussi par une conscientisation en profondeur des enjeux et freins à lever pour y parvenir.

Installer ou accélérer le développement international conduit inévitablement à identifier ses points d'amélioration avec discernement et responsabilité, notamment à l'heure d'une sortie de crise qui a bouleversé nos repères et nos certitudes.

Il faut bien entendu réunir les moyens financiers à la mesure de cette ambition, se faire accompagner par les équipes de l'AWEX pour décrypter et saisir les opportunités qu'offre le futur.

A l'évidence, l'international est un sport de haut niveau, mais cependant accessible à tous, pour autant que l'on sache y consacrer l'attention, les moyens et le temps nécessaires à la préparation et au perfectionnement.

La formation est ainsi un complément indispensable aux dispositifs de soutien déjà mis en place par l'AWEX.

Pascale Delcomminette  
Administratrice générale





## Bienvenue à l'Explort Academy !

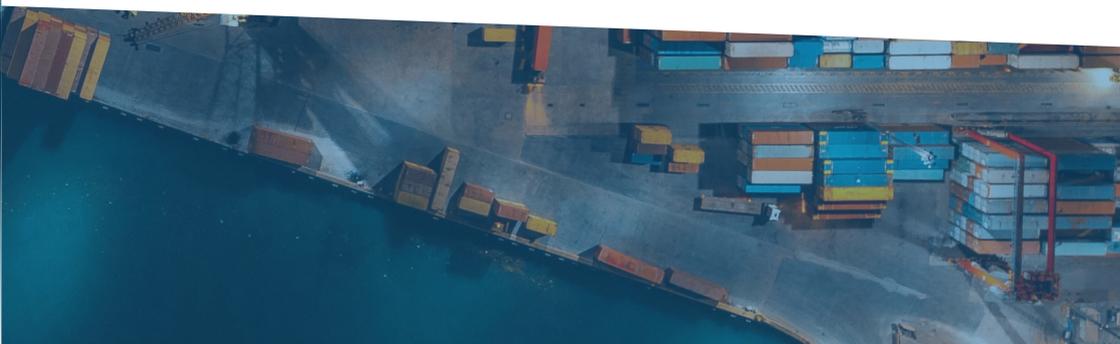
Vous démarrez à l'exportation ? Vous souhaitez améliorer vos connaissances techniques en commerce extérieur? Découvrez Explort Academy : des modules de formation organisés par l'AWEX, en collaboration avec le Centre de Compétences Business du FOREM.

### C'est quoi ?

Explort Academy est un dispositif ayant pour but de répondre aux besoins de formation en lien avec le commerce international des entreprises wallonnes et de leurs travailleurs. L'objectif est de donner des éléments concrets en vue de booster les chances de succès à l'exportation. Les thématiques abordées vont des aspects juridiques ou logistiques à la communication en passant par la propriété intellectuelle ou encore la stratégie. Ces modules de formation sont gratuits pour les entreprises wallonnes.

### Pour qui ?

Cette offre de formation s'adresse aux entreprises wallonnes exportatrices, aux alumni Explort... Les modules sont basés sur du concret, quel que soit le secteur d'activité, et adaptés aux besoins spécifiques des entreprises.



# Découvrez notre

## Se préparer efficacement à l'international

Améliorer le pitch de votre entreprise	2 demi-journées	p. 9
Calcul du prix de revient	1 journée	p. 10
Développement d'un Personal branding	1 journée	p. 11
Elevator Pitch	2 demi-journées	p. 12
Etude de marché dans un contexte international	1 journée	p. 13
Evaluation des coûts à l'export	1 journée	p. 14
Les stratégies commerciales et intermédiaires	2 journées	p. 15
L'offre internationale	2 demi-journées	p. 16
Prospection commerciale à l'international	2 demi-journées	p. 17
Techniques de négociation dans le cadre de la prospection internationale	2 journées	p. 18
Training à la vente et prospection internationale	1 demi-journée	p. 19
Workshop « Degré d'exportabilité »	1 demi-journée	p. 20

## E-Commerce

Visibilité d'un e-commerce/d'une activité sur le net	1 journée	p. 22
Attirer commercialement des visiteurs dans l'e-commerce	2 journées	p. 23
Analyser les enjeux commerciaux d'une présence en ligne	2 journées	p. 24
Choisir les transporteurs dédiés à l'e-commerce	3 journées	p. 25
Création d'un processus e-logistique pour l'e-commerçant	2 journées	p. 26
E-logistique - développer et améliorer votre processus logistique	2 journées	p. 27
E-reputation commerciale	2 journées	p. 28
Fidéliser la clientèle numérique	2 journées	p. 29
La «Reverse logistique» ou logistique des retours dans l'e-commerce	2 journées	p. 30
La distribution au travers d'un e-drive	2 journées	p. 31
La rentabilité de mon e-commerce	2 journées	p. 32
Les pièges de l'e-commerce à l'international	2 journées	p. 33
Présence commerciale sur les réseaux sociaux	2 journées	p. 34

# offre de formation

## Gérer les risques, maîtriser les techniques : environnement financier

Assurances Crédit et couverture des risques à l'international	1 journée	p. 36
Change et risque de change	1 demi-journée	p. 37
Financement à court, moyen et long terme du commerce extérieur	1 journée	p. 38
Les moyens de paiement et techniques d'encaissement à l'international	1 journée	p. 39
Les techniques d'encaissement documentaires	1 journée	p. 40

## Gérer les risques, maîtriser les techniques : environnement juridique

Le droit international des opérations d'import-export	2 journées	p. 42
---	------------	-------

A photograph of three business professionals in a meeting room. A man in a dark suit and glasses is pointing at a whiteboard with a marker. A woman with blonde hair and glasses is looking at the whiteboard, and another woman with curly hair is looking towards the man. The room has large windows and a whiteboard. The image is overlaid with an orange gradient.

**SE PRÉPARER EFFICACEMENT  
À L'INTERNATIONAL**

# Améliorer le pitch de votre entreprise

En français

Cet atelier, organisé en 2 demi-journées, permet, d'une part, d'acquérir certaines techniques de construction de pitch et, d'autre part, de les mettre en pratique.

## Objectif

- Améliorer l'Elevator Pitch de son entreprise à l'international



Dates à planifier en fonction de la demande



2 demi-journées

Inscription en ligne  
>> Scannez le QR Code



**Salvatore Scalia** est expert en stratégie, en management des entreprises et en développement international, expert en retail et en gestion de réseaux de points de vente, spécialiste de l'amélioration de la performance et des outils d'aide à la décision, formateur en commerce international, fondateur de Added Value Concept et co-fondateur de beTIK.

## Calcul du prix de revient

Vendre à l'étranger entraîne des coûts pour l'entreprise. Au stade de la prospection, il faudra que la trésorerie puisse supporter les coûts fixes qui sont engendrés quel qu'en soit le résultat. Ceux-ci couvriront l'évaluation et la mise à niveau des capacités (de production, R&D, humaines et financières) et sont valables qu'il s'agisse de biens et/ou de services quel que soit le marché envisagé. Après avoir remporté des contrats/commandes, les coûts variables couvriront les coûts directement liés à la vente et à l'expédition des produits et/ou la prestations des services sur le marché du client.

Si l'acheminement des marchandises est assez standardisé dans l'Union Européenne (absence de problématique douanières) et hors UE (dédouanement à l'export dans le pays du fournisseur et à l'import dans le pays du client), il est plus difficilement perceptible pour les services pour lesquels on distingue une logique de services intellectuels (qui sont peu contraignants) des autres qui vont toujours nécessiter la maîtrise de problématiques légales, fiscales et sociales dans le pays du client.



Dates à planifier en fonction de la demande



1 journée

Inscription en ligne  
>> Scannez le QR Code



**Vincent Repay** est Conseiller en Commerce International. Il dispose de 35 années d'expérience dans les matières d'EXPORT FINANCE, de logistique y compris les problématiques douanières et fiscales qui y sont liées, d'estimation des coûts liés à des opérations internationales aussi bien pour les marchandises que pour les services.

# Développement d'un Personal branding

Le personal branding est une pratique qui consiste pour un individu à promouvoir lui-même son image et ses compétences par le biais des techniques marketing et publicitaires utilisées habituellement pour promouvoir une marque. Dans cette démarche, l'individu vise à devenir lui-même une «marque reconnue».

La formation est constituée d'apports théoriques, de démonstrations et de mises en pratique basées sur des exercices applicatifs.

À l'issue de la formation, le participant sera en mesure de :

- Définir le personal branding, sa marque personnelle et ses enjeux ;
- Formuler ses objectifs pour se positionner dans son environnement professionnel ;
- Raconter son histoire, créer son storytelling et mettre en scène son identité professionnelle ;
- Choisir les réseaux sociaux utiles.



Dates à planifier en fonction de la demande



1 journée

Inscription en ligne  
>> Scannez le QR Code



Depuis plus de 20 ans, **Marc-Alexandre Legrain** établit des stratégies commerciales pour aider les PME (Belgique, France, Luxembourg) à améliorer leur performance grâce à des outils Marketing adaptés et efficaces.

# Elevator Pitch

En anglais

Cet atelier, organisé en 2 demi-journées, permet, d'une part, d'acquérir certaines techniques de construction de pitch et, d'autre part, de les mettre en pratique.

## Objectif

- Améliorer l'Elevator Pitch de son entreprise à l'international



Dates à planifier en fonction de la demande



2 demi-journées

Inscription en ligne  
>> Scannez le QR Code



**Salvatore Scalia** est expert en stratégie, en management des entreprises et en développement international, expert en retail et en gestion de réseaux de points de vente, spécialiste de l'amélioration de la performance et des outils d'aide à la décision, formateur en commerce international, fondateur de Added Value Concept et co-fondateur de beTIK.

# Étude de marché dans un contexte international

Les techniques d'études de marché permettent d'orienter les décisions marketing et de réduire les prises de risque. Cette formation vous donnera les clés pour déterminer le type d'étude adaptée à vos besoins, la mettre en œuvre et en exploiter les résultats.

À l'issue de la formation, le participant sera en mesure de :

- Identifier les sources des études documentaires ;
- Maîtriser les méthodologies des études qualitatives et quantitatives ;
- Construire des études de satisfaction clientèle et tester des offres.



Dates à planifier en fonction de la demande



1 journée

Inscription en ligne  
>> Scannez le QR Code



Depuis plus de 20 ans, **Marc-Alexandre Legrain** établit des stratégies commerciales pour aider les PME (Belgique, France, Luxembourg) à améliorer leur performance grâce à des outils Marketing adaptés et efficaces.

# Évaluation des coûts à l'export

Vendre en dehors de l'Union Européenne des marchandises nécessite de bien chiffrer l'ensemble des coûts relatifs à une opération donnée. Il convient à cet égard de bien maîtriser les coûts liés à l'incoterm fixé dans le contrat. Si l'on pense facilement à la partie logistique, il est plus difficile de clairement percevoir les risques encourus par la marchandise durant son transport et donc à la nécessité de les dimensionner et de les emballer correctement afin qu'elle puisse être transportée de manière standard en gabarit (le transport exceptionnel ou hors dimension coûte cher). Il ne faudra pas oublier les certifications nécessaires dans certains pays et les procédures douanières et règlementaires y afférentes.



Dates à planifier en fonction de la demande



1 journée

Inscription en ligne  
>> Scannez le QR Code



**Vincent Repay** est Conseiller en Commerce International. Il dispose de 35 années d'expérience dans les matières d'EXPORT FINANCE, de logistique y compris les problématiques douanières et fiscales qui y sont liées, d'estimation des coûts liés à des opérations internationales aussi bien pour les marchandises que pour les services.

# Les stratégies commerciales et intermédiaires

Déterminer comment un produit donné sera commercialisé et expédié, en fonction de ses caractéristiques propres et de sa valeur (le chocolat ne suivra pas la même logique qu'un équipement industriel), est primordial pour ne pas commettre d'erreur ou supporter des coûts inutiles qui handicaperont sa compétitivité vis-à-vis des concurrents.

Envisager les différents types d'intermédiaires (représentant, agent, importateur, concessionnaire, succursale, filiale...) qui pourront supporter le développement de l'entreprise à l'étranger sur base des caractéristiques culturelles, légales et économiques est essentiel pour les marchandises mais plus encore pour les services.



Dates à planifier en fonction de la demande



2 journées

Inscription en ligne  
>> Scannez le QR Code



**Vincent Repay** est Conseiller en Commerce International. Il dispose de 35 années d'expérience dans les matières d'EXPORT FINANCE, de logistique y compris les problématiques douanières et fiscales qui y sont liées, d'estimation des coûts liés à des opérations internationales aussi bien pour les marchandises que pour les services.

# L'offre internationale

Cet atelier permet de parcourir les éléments clés d'une bonne offre commerciale de type biens ou service dans un contexte international. Organisé en 2 demi-journées, il permet, d'une part, de passer en revue les éléments à prendre en compte pour l'établissement d'une offre commerciale et, d'autre part, de les mettre en pratique.

## Objectif

- Améliorer la manière de créer et structurer son offre commerciale.



Dates à planifier en fonction de la demande



2 demi-journées

Inscription en ligne  
>> Scannez le QR Code



**Salvatore Scalia** est expert en stratégie, en management des entreprises et en développement international, expert en retail et en gestion de réseaux de points de vente, spécialiste de l'amélioration de la performance et des outils d'aide à la décision, formateur en commerce international, fondateur de Added Value Concept et co-fondateur de beTIK.

# Prospection commerciale à l'international

Cet atelier permet de parcourir les éléments clés d'une bonne prospection commerciale de type dans un contexte international. Organisé en 2 demi-journées, il permet, d'une part, de passer en revue les éléments à prendre en compte pour structurer sa prospection commerciale et d'autre part, de les mettre en pratique.

## Objectif

- Améliorer son approche de prospection à l'international



Dates à planifier en fonction de la demande



2 demi-journées

Inscription en ligne  
>> Scannez le QR Code



**Salvatore Scalia** est expert en stratégie, en management des entreprises et en développement international, expert en retail et en gestion de réseaux de points de vente, spécialiste de l'amélioration de la performance et des outils d'aide à la décision, formateur en commerce international, fondateur de Added Value Concept et co-fondateur de beTIK.

# Techniques de négociation dans le cadre de la prospection internationale

Savoir négocier est l'une des clés les plus importantes pour bien vendre. Mais la négociation professionnelle, cela s'apprend ! En effet, dans le domaine de la vente (mais aussi dans toute relation où un accord doit être trouvé), il faut suivre une méthode appropriée.

Vous apprendrez à comprendre intuitivement les attentes et les freins d'un client et à réagir à ses émotions de façon à conclure votre vente sans paraître impoli ou égoïste. Très pratique, active et inductive, la formation décrypte des situations de négociation, en relation directe avec l'activité des participants.

À l'issue de la formation, le participant sera en mesure de :

- Traiter des objections récurrentes : prix, délai, conditions...
- Valoriser des concessions : comment signaler et renforcer le geste commercial ou marquer le compromis.
- Argumenter efficacement
- Présenter son offre et les contreparties : « poser le deal »
- Conclure
- Gérer ses émotions : sang-froid, self-control, convivialité, courtoisie, audace.



Dates à planifier en fonction de la demande



2 journées

Inscription en ligne  
>> Scannez le QR Code



Depuis plus de 20 ans, **Marc-Alexandre Legrain** établit des stratégies commerciales pour aider les PME (Belgique, France, Luxembourg) à améliorer leur performance grâce à des outils Marketing adaptés et efficaces.

# Training à la vente et prospection internationale

Cet atelier permet de passer en revue les principes d'une démarche export efficiente au travers, d'une part, des 5 étapes du « parcours exportateur » et, d'autre part, des questions importantes à se poser pour mieux se préparer/développer à l'international.

## Objectif

- Découvrir les leviers à activer pour mettre en place une démarche export efficiente ;
- Parcourir de manière pragmatique la boîte à outils du « parcours exportateur ».



Dates à planifier en fonction de la demande



1/2 journée

Inscription en ligne  
>> Scannez le QR Code



**Salvatore Scalia** est expert en stratégie, en management des entreprises et en développement international, expert en retail et en gestion de réseaux de points de vente, spécialiste de l'amélioration de la performance et des outils d'aide à la décision, formateur en commerce international, fondateur de Added Value Concept et co-fondateur de beTIK.

# Workshop « Degré d'exportabilité »

Cet atelier permet de réaliser un « auto-diagnostic » sur le degré de préparation de son entreprise à pouvoir se développer à l'international (en tant que primo-exportateur ou exportateur « débutant »). Il est réalisé à l'aide de notre outil « ExporTIK ».

## Objectif

- Calculer son degré de préparation à pouvoir se développer à l'international, et construire le plan d'actions prioritaires sur les points d'amélioration décelés (à l'aide du rapport post-évaluation fourni).



Dates à planifier en fonction de la demande



1 demi-journée

Inscription en ligne  
>> Scannez le QR Code



**Salvatore Scalia** est expert en stratégie, en management des entreprises et en développement international, expert en retail et en gestion de réseaux de points de vente, spécialiste de l'amélioration de la performance et des outils d'aide à la décision, formateur en commerce international, fondateur de Added Value Concept et co-fondateur de beTIK.



**E-COMMERCE**

# Visibilité d'un E-commerce/d'une activité sur le net

Il est difficilement justifiable pour une entreprise Wallonne de ne pas avoir une présence digitale en 2022. Que l'on vende en ligne ou que l'on désire simplement se faire connaître, il faut passer par une réflexion concernant sa présence en ligne (site web, réseaux sociaux, e-mailing, Google My Business...).

Chaque entreprise ayant des besoins et un environnement spécifique, il faut pouvoir identifier les leviers à utiliser pour augmenter sa visibilité. C'est ce qui sera abordé lors de ce module, en tenant compte de la situation de chaque participant, du parcours-client, de la cible, de la concurrence ou encore des produits et/ou services vendus.



Dates à planifier en fonction de la demande



1 journée

Inscription en ligne  
>> Scannez le QR Code



**Grégory Schloesser** est professeur de marketing digital à la Haute Ecole de la Province de Liège et consultant en marketing digital. Il a une expérience d'une dizaine d'années dans l'aide aux entreprises pour développer leur visibilité, en utilisant notamment les réseaux sociaux, les CMS adaptés, les campagnes d'e-mailing, les relations presse ou les partenariats commerciaux.

# Attirer commercialement des visiteurs dans l'e-commerce

Le fameux « sales funnel » désigne toutes les étapes transformant vos leads en clients : en français, on parle aussi de tunnel de vente, de pipeline de vente ou encore d'entonnoir de vente.

Si les grandes entreprises s'attèlent déjà depuis de nombreuses années à analyser et perfectionner leur propre tunnel de vente, la naissance de nouveaux outils digitaux plus simples à utiliser et plus abordables invite aussi les PME à optimiser leur funnel sales.

À l'issue de la formation, le participant sera en mesure :

- D'obtenir des prévisions de vente fiables ;
- D'agir concrètement pour optimiser chaque étape du parcours de vente ;
- De booster son taux de conversion ;
- D'augmenter sa clientèle.



Dates à planifier en fonction de la demande



2 journées

Inscription en ligne  
>> Scannez le QR Code



Depuis plus de 20 ans, **Marc-Alexandre Legrain** établit des stratégies commerciales pour aider les PME (Belgique, France, Luxembourg) à améliorer leur performance grâce à des outils Marketing adaptés et efficaces.

# Analyser les enjeux commerciaux d'une présence en ligne

Cette formation vous propose de parcourir les points importants qui doivent être abordés avant de lancer un site d'E-commerce.

Tout d'abord, en abordant les réflexions qui doivent être menées en amont du lancement du site e-commerce en vue de déterminer les stratégies qui vous permettront de positionner correctement l'activité de vente en ligne sur le Web et de la faire connaître auprès des internautes.

Ensuite, en parcourant les techniques qui vous permettront de séduire les internautes et de transformer ceux-ci en clients, mais aussi celles qui vous permettront d'auditer l'efficacité de votre activité d'E-commerce.

## Prérequis

Les modules « Visibilité d'un e-commerce » et « Attirer commercialement des visiteurs dans l'e-commerce » sont recommandés.



Dates à planifier en fonction de la demande



2 journées

Inscription en ligne  
>> Scannez le QR Code



**Loic Vanhove**, consultant agréé « Chèque Entreprises transformation numérique », conseiller-formateur au cabinet-conseil spécialisé en e-commerce Retis.be, et également professeur invité à la HEPL.

# Choisir les transporteurs dédiés à l'e-commerce

## Programme

- Historique et situation de l'externalisation des activités de transport et des activités logistiques annexes.
- Le partenariat : le nec plus ultra en termes d'externalisation des activités de transport et d'activités logistiques annexes : définitions et généralités.
- La notion des PL : du 1PL au X PL : Les concepts PL, l'ubérisation.
- Les besoins des enseignes, des clients et les contraintes liées à la marchandise et au transport.
- Les techniques d'optimisation des prestations de transport et des coûts des prestations de transport.
- La recherche d'un prestataire de transport et le suivi de ses prestations : le processus.
- Le Service Level Agreement (SLA) - Les contrats de services.
- Exemples, Etude de cas et exercice pratiques de synthèse.



Dates à planifier en fonction de la demande



3 journées

Inscription en ligne  
>> Scannez le QR Code



**Pascal Dehut** est ingénieur et maître en gestion industrielle, en management de la logistique et de la Supply Chain. Il dispose d'une expérience comme Responsable logistique - Supply Chain Manager dans une entreprise internationale privée ainsi qu'en tant que formateur pour entreprises, adultes, chercheurs d'emploi, travailleurs, étudiants et enseignants.

# Création d'un processus e-logistique pour l'e-commerçant

## Programme

- Les enjeux de la logistique de l'e-commerce ;
- L'e-Supply Chain (la chaîne logistique de l'e-commerce) ;
- L'e-logistique : définitions et généralités ;
- Les spécificités, les contraintes et les bonnes pratiques de l'e-logistique ;
- Les acteurs de l'e-logistique ;
- La sous-traitance des activités de transport et des activités logistiques de l'e-commerce ;
- L'infrastructure technologique de l'e-logistique ;
- L'e-logistique, l'environnement et le développement durable ;
- Le tableau de bord et les indicateurs à suivre afin de maîtriser sa logistique de l'e-commerce ;
- Exemples, études de cas et exercices pratiques de synthèse.



Dates à planifier en fonction de la demande



2 journées

Inscription en ligne  
>> Scannez le QR Code



**Pascal Dehut** est ingénieur et maître en gestion industrielle, en management de la logistique et de la Supply Chain. Il dispose d'une expérience comme Responsable logistique - Supply Chain Manager dans une entreprise internationale privée ainsi qu'en tant que formateur pour entreprises, adultes, chercheurs d'emploi, travailleurs, étudiants et enseignants.

# E-logistique - développer et améliorer votre processus logistique

## Programme

- Le diagnostic (e)logistique : définitions, méthodes, processus et objectifs ;
- Les points critiques du processus (e)logistique et leurs pistes d'amélioration ;
- Les technologies, les nouvelles technologies et le digital dédiés à la (e)logistique ;
- Le développement d'interfaces entre les logiciels de gestion et les équipements de saisie de données ;
- Cas d'entreprises : réalisation d'un diagnostic (e)logistique au sein d'une entreprise de la grande distribution et mises en place des plans d'actions (de correction, de prévention et d'amélioration).



Dates à planifier en fonction de la demande



2 journées

Inscription en ligne  
>> Scannez le QR Code



**Pascal Dehut** est ingénieur et maître en gestion industrielle, en management de la logistique et de la Supply Chain. Il dispose d'une expérience comme Responsable logistique - Supply Chain Manager dans une entreprise internationale privée ainsi qu'en tant que formateur pour entreprises, adultes, chercheurs d'emploi, travailleurs, étudiants et enseignants.

# E-reputation commerciale

Avec l'explosion d'internet et surtout des réseaux sociaux, les informations se propagent très vite. L'e-réputation est liée tant à l'image que projette l'entreprise qu'à l'image qui est véhiculée par les internautes et les clients. Vous apprendrez durant cette formation à bâtir une e-réputation solide et efficace.

À l'issue de cette formation, vous serez en mesure de :

- Mesurer, gérer et valoriser l'e-réputation de l'entreprise ;
- Élaborer une stratégie de présence et de positionnement sur internet ;
- Organiser une veille efficace d'e-réputation ;
- Identifier les bons outils qui permettent d'optimiser l'e-réputation de l'entreprise.

## Prérequis

Savoir utiliser un ordinateur et un smartphone

---



Dates à planifier en fonction de la demande



2 journées

Inscription en ligne  
>> Scannez le QR Code



**Olivier** est formateur et consultant passionné par les domaines qui touchent à la communication digitale, le blogging, les réseaux sociaux, la stratégie de contenu, l'e-réputation et le personal branding via des outils web.

# Fidéliser la clientèle numérique

Il est avéré depuis bien longtemps qu'il coûte moins cher (en temps et en argent) à une entreprise de fidéliser des clients actuels que de transformer des prospects en clients et ce, surtout depuis la digitalisation du commerce et du marketing. Mais cela ne s'improvise pas !

Une stratégie de fidélisation est nécessaire. Celle-ci passe notamment par une stratégie de content marketing sur les réseaux sociaux et dans des newsletters. L'automation marketing permet de personnaliser le contact-client, via des outils comme Wordpress, Mailchimp, Meta...

Ce module permettra d'identifier la stratégie de fidélisation à mettre en place, en tenant compte du profil de la clientèle, des clients ambassadeurs, du parcours client, des avis, de l'UGC (User Generated Content) ou encore des (bad) buzz.



Dates à planifier en fonction de la demande



2 journées

Inscription en ligne  
>> Scannez le QR Code



**Grégory Schloesser** est professeur de marketing digital à la Haute Ecole de la Province de Liège et consultant en marketing digital. Il a une expérience d'une dizaine d'années dans l'aide aux entreprises pour développer leur visibilité, en utilisant notamment les réseaux sociaux, les CMS adaptés, les campagnes d'e-mailing, les relations presse ou les partenariats commerciaux.

# La «Reverse logistique» ou logistique des retours dans l'e-commerce

## Programme

- Introduction à la logistique des retours ;
- Notions de Direct Logistics (Logistique Directe) et Reverse Logistic (logistique de retours) ;
- Différents flux de la logistique des retours ;
- Caractéristiques, spécificités et contraintes de la gestion des retours et des rétractations dans le commerce traditionnel et le e-commerce ;
- Notion de « Supply Chain Verte » (ou Chaîne logistique verte) ;
- Composantes de la logistique des retours, leurs classes, typologies de retours et leurs activités ;
- Classes, origines, traitements et destinations possibles ;
- Mise en place d'une organisation de gestion des retours, les outils : logistique traditionnelle et logistique du commerce électronique ;
- Directives européennes, réglementations et les normes associées à la logistique des retours...

De nombreux exemples et cas pratiques, mises en situation et exercices pratiques seront élaborés durant tout ce parcours.

 Dates à planifier en fonction de la demande

 2 journées

Inscription en ligne  
>> Scannez le QR Code



 **Pascal Dehut** est ingénieur et maître en gestion industrielle, en management de la logistique et de la Supply Chain. Il dispose d'une expérience comme Responsable logistique - Supply Chain Manager dans une entreprise internationale privée ainsi qu'en tant que formateur pour entreprises, adultes, chercheurs d'emploi, travailleurs, étudiants et enseignants.

# La distribution au travers d'un e-drive

## Programme

- Flux de distribution vers le client (ou vers une adresse d'enlèvement) : définitions, généralités et situation (état des lieux) ;
- Distribution, le dernier km et les 5 dernières minutes : définitions et caractéristiques ;
- Délais de livraison en e-commerce (exigences clients et délais) ;
- Options de livraison : critères et inventaires ;
- Influence du multicanal, du cross canal et de l'omni canal ;
- Frais de port, facturation de la livraison et frais de livraison minimum ;
- Le digital, la traçabilité et le suivi de la livraison (traçing et tracking) ;
- Les contraintes liées à la livraison de la commande du client ;
- Les acteurs de la livraison ;
- La logistique urbaine et le dernier km neutre en carbone ;
- Les circuits courts : secteurs et caractéristiques ;
- La gestion des tournées des livraisons ;
- Les drives : définitions, états des lieux, caractéristiques et inventaires des drives ;
- Nombreux exemples et exercices développés - Cas d'entreprises.



Dates à planifier en fonction de la demande



2 journées

Inscription en ligne  
>> Scannez le QR Code



**Pascal Dehut** est ingénieur et maître en gestion industrielle, en management de la logistique et de la Supply Chain. Il dispose d'une expérience comme Responsable logistique - Supply Chain Manager dans une entreprise internationale privée ainsi qu'en tant que formateur pour entreprises, adultes, chercheurs d'emploi, travailleurs, étudiants et enseignants.

# La rentabilité de mon e-commerce

Il est tentant pour les entreprises commerciales de mettre en place un site d'e-commerce. Mais ce n'est pas si simple. Les investissements peuvent vite être importants et la rentabilité n'est pas toujours au rendez-vous.

Il est donc fondamental pour un bon gestionnaire d'identifier les besoins de son entreprise et d'appréhender le développement du site d'e-commerce avec une véritable gestion de projet, en identifiant les échéances, les intervenants, les coûts ou encore les contraintes techniques.

Ce module permettra aux participants de se positionner par rapport à un projet d'une telle ampleur, grâce à des aspects théoriques mais également grâce à de nombreux partages d'expériences et de bonnes pratiques.



Dates à planifier en fonction de la demande



2 journées

Inscription en ligne  
>> Scannez le QR Code



**Grégory Schloesser** est professeur de marketing digital à la Haute Ecole de la Province de Liège et consultant en marketing digital. Il a une expérience d'une dizaine d'années dans l'aide aux entreprises pour développer leur visibilité, en utilisant notamment les réseaux sociaux, les CMS adaptés, les campagnes d'e-mailing, les relations presse ou les partenariats commerciaux.

# Les pièges de l'e-commerce à l'international

L'e-commerce peut fortement faciliter l'expansion de vos activités au-delà de la Belgique et permettre de conquérir de nouveaux marchés. Toutefois, cela implique de bien établir sa stratégie commerciale en ligne et à bien s'organiser, pour éviter des écueils logistiques, administratifs ou financiers.

Cette formation vous propose, essentiellement grâce à des retours d'expérience du terrain, de bien cerner les différents points d'attention pour développer son e-shop à l'international, et d'être ensuite en mesure d'établir son plan d'action au sein de l'entreprise, tant sur le plan commercial qu'organisationnel, adapté en fonction du niveau de maîtrise actuelle du numérique dans sa structure, en disposant déjà de quelques pistes de solutions et prestataires (marketplaces, PSP - Paiement, logisticiens) qui peuvent être potentiellement sollicités lors de la mise en pratique.



Dates à planifier en fonction de la demande



2 journées

Inscription en ligne  
>> Scannez le QR Code



Actif depuis plus de 25 ans dans le domaine de la transformation numérique, **Damien Jacob** est expert agréé en e-commerce et e-marketing. Il dirige le cabinet conseil spécialisé RETIS. Damien est par ailleurs chargé de cours et de formations en Belgique (HEC- ULiège, EPHEC...), au Grand-Duché, et en France (Université de Strasbourg). Il a publié notamment « e-commerce : les bonnes pratiques pour réussir » (Editions Edipro).

# Présence commerciale sur les réseaux sociaux

L'entreprise se doit aujourd'hui d'être visible sur les réseaux sociaux et doit proposer du contenu séduisant afin de toucher des clients et internautes déjà envahis par les contenus commerciaux.

À l'issue de cette formation, vous serez en mesure :

- D'évaluer l'impact de la présence commerciale de l'entreprise sur les réseaux sociaux ;
- D'identifier les réseaux incontournables aujourd'hui pour le commerce international, leurs spécificités et fonctionnalités ;
- De mettre en place une stratégie de marketing digital orientée réseaux sociaux ;
- D'intégrer la vente, la prospection commerciale et le marketing digital au sein de l'entreprise.

## Pré-requis

Utiliser au minimum 1 réseau social à titre personnel ou professionnel.



Dates à planifier en fonction de la demande



2 journées

Inscription en ligne  
>> Scannez le QR Code



**Olivier** est formateur et consultant passionné par les domaines qui touchent à la communication digitale, le blogging, les réseaux sociaux, la stratégie de contenu, l'e-réputation et le personal branding via des outils web.



# GÉRER LES RISQUES, MAÎTRISER LES TECHNIQUES : ENVIRONNEMENT FINANCIER

# Assurances Crédit et couverture des risques à l'international

Chaque entreprise a la capacité de gérer ses risques, soit par la prévention, soit par la protection, soit pas du tout dans certains cas. Ces trois attitudes ont toutes un coût qu'il s'agit de mesurer et de contrôler de manière à ne pas mettre l'entreprise en danger. Le phénomène du Brexit se positionne aujourd'hui en champion pour ce qui est des risques commerciaux, voire politiques, concernant le Royaume Uni.



Dates à planifier en fonction de la demande



1 journée

Inscription en ligne  
>> Scannez le QR Code



**Bernard Coupé**, docteur en sciences économiques de l'Université Erasme de Rotterdam, a consacré plus de 25 ans de carrière à l'assurance-crédit dans des organismes comme Atradius et Credendo.

## Change et risque de change

Vendre à l'étranger signifie qu'il faudra éventuellement accepter de traiter dans une devise autre que l'euro : accepter un paiement dans une autre devise signifie qu'il faut qu'elle soit non seulement convertible mais surtout transférable afin que le vendeur puisse la recevoir sur son compte en banque. Les devises non-transférables ne pourront être utilisées qu'à l'intérieur du pays du client.

La sécurisation des fluctuations du cours de change engendre la maîtrise de techniques financières mais aussi l'intégration de coûts dans les offres aux clients. Des techniques non-bancaires telles que le termaillage permettront aussi de limiter l'exposition au risque de change. La non prise en compte de cette problématique peut fortement affecter la rentabilité d'un contrat/commande et exposer l'entreprise active à l'international à d'importantes conséquences sur sa solvabilité.



Dates à planifier en fonction de la demande



1/2 journée

Inscription en ligne  
>> Scannez le QR Code



**Vincent Repay** est Conseiller en Commerce International. Il dispose de 35 années d'expérience dans les matières d'EXPORT FINANCE, de logistique y compris les problématiques douanières et fiscales qui y sont liées, d'estimation des coûts liés à des opérations internationales aussi bien pour les marchandises que pour les services.

# Financement à court, moyen et long terme du commerce extérieur

Vendre à l'étranger engendre pour l'entreprise de bien maîtriser les éléments qui vont impacter sa trésorerie. En premier lieu, il conviendra de bien maîtriser les risques relatifs au paiement du client à savoir le risque commercial directement lié à sa solvabilité mais aussi le risque politique lié au pays (réserve en devises, évènements tels que coup d'état/révolution et assimilés, embargos, ...) dans lequel il est établi.

Selon les marchés, il faudra aussi consentir des modalités de paiement qui créeront des besoins en trésorerie pour assumer le paiement des frais internes et externes dont les fournisseurs. Le calcul des besoins financiers (cash flow) par projet/commande est essentiel pour intégrer les coûts dans le prix de vente mais aussi pour obtenir des facilités financières auprès des banques et/ou partenaires financiers (SOFINEX, CREDENDO, ...).



Dates à planifier en  
fonction de la demande



1 journée

Inscription en ligne  
>> Scannez le QR Code



**Vincent Repay** est Conseiller en Commerce International. Il dispose de 35 années d'expérience dans les matières d'EXPORT FINANCE, de logistique y compris les problématiques douanières et fiscales qui y sont liées, d'estimation des coûts liés à des opérations internationales aussi bien pour les marchandises que pour les services.

## Les moyens de paiement et techniques d'encaissement à l'international

L'entreprise active à l'international doit, en fonction du risque commercial de son client et du pays dans lequel il est situé, être capable de proposer des modalités de paiement adaptées pour sécuriser son/ses paiement(s).

En Union Européenne et en zone OCDE, le paiement par transfert bancaire est certes fortement utilisé mais il conviendra de le combiner avec une assurance-crédit ou une technique de factoring/affacturage afin de se couvrir d'une défaillance de paiement.

En dehors de ces pays, il conviendra de privilégier les méthodes bancaires tels que le « Cash Against Documents / Documents contre Paiement » ou le crédit documentaire/lettre de crédit simplement notifié qui nécessiteront idéalement une sécurisation complémentaire par une assurance-crédit.

Le « crédit document confirmé / lettre de crédit confirmée » est l'instrument roi du commerce international (hors pays de l'Union Européenne même s'il peut y être utilisé dans des cas bien précis) à condition d'en maîtriser parfaitement la technicité.



Dates à planifier en fonction de la demande



1 journée

Inscription en ligne  
>> Scannez le QR Code



**Vincent Repay** est Conseiller en Commerce International. Il dispose de 35 années d'expérience dans les matières d'EXPORT FINANCE, de logistique y compris les problématiques douanières et fiscales qui y sont liées, d'estimation des coûts liés à des opérations internationales aussi bien pour les marchandises que pour les services.

# Les techniques d'encaissement documentaires

La Lettre de Crédit ou Crédit Documentaire est un mode de paiement fortement utilisé à la grande exportation (hors UE et zone OCDE) idéalement dans sa version « confirmée ». La maîtrise de la technicité de ces instruments nécessitent pour l'entreprise de bien comprendre l'instrument bancaire émis par la banque du client et d'être à même de respecter toutes les conditions documentaires qui y sont mentionnées (type et contenu des documents émis par le vendeur mais aussi des organismes officiels tels que les chambres de commerce, les autorités douanières et les partenaires logistiques pour les documents de transports).

La compréhension des règles et usances des crédits documentaires (600) émises par la Chambre de Commerce International et sa transposition dans l'organisation logistique de l'entreprise qui les utilise est essentielle pour bénéficier de cette technique de sécurisation des paiements.



Dates à planifier en fonction de la demande



1 journée

Inscription en ligne  
>> Scannez le QR Code



**Vincent Repay** est Conseiller en Commerce International. Il dispose de 35 années d'expérience dans les matières d'EXPORT FINANCE, de logistique y compris les problématiques douanières et fiscales qui y sont liées, d'estimation des coûts liés à des opérations internationales aussi bien pour les marchandises que pour les services.



**GÉRER LES RISQUES,  
MAÎTRISER LES TECHNIQUES :  
ENVIRONNEMENT JURIDIQUE**

# Le droit international des opérations d'import-export

Ce module a pour objectifs de comprendre les principes juridiques qui régissent le contrat de vente internationale de marchandises (commerce international « B2B »), d'identifier les différentes phases du contrat de vente, d'appliquer les conditions générales de vente ou d'achat, y compris les clauses habituelles rencontrées dans le contrat de vente et celles auxquelles il convient d'être attentif, dans une perspective de gestion des risques.



Dates à planifier en fonction de la demande



2 journées

Inscription en ligne  
>> Scannez le QR Code



**Dodo Chochitaichvili** est avocate au barreau de Bruxelles depuis 2011. Elle pratique le droit des affaires, en ce compris le droit des contrats et la résolution de conflits. Elle intervient régulièrement comme formatrice dans le cadre de formations professionnelles.

Explort Academy, c'est aussi la possibilité de suivre des modules de formation à distance.

Contactez-nous pour plus d'information.

[info@explort.be](mailto:info@explort.be)



**explort**  
International  
Business Training

  
**Wallonia.be**  
EXPORT  
INVESTMENT

### **Explort**

Bd. Émile de Laveleye, 191  
4020 Liège  
(T) + 32 4 229 22 90

Centre de  
compétence **forem**  
**business**  **IFAPME**

### **Centre de Compétence Business**

Avenue G. Lemaître, 22a  
6041 Gosselies  
(T) + 32 71 91 70 00

[www.explor.be](http://www.explor.be)