

ACCÈS AUX NOUVEAUX MARCHÉS

Par



Dans le cadre de son développement commercial, l'entreprise se heurte souvent à des barrières floues pour saisir des opportunités d'expansion. Elle se trouve confrontée aux actions des concurrents et aux difficultés d'implantation. Ainsi, la capacité de l'entreprise à accéder à de **nouveaux marchés – notamment émergents** - doit être un atout déterminant, pour opérer dans des **environnements culturels et relationnels mal connus** qui complexifient ce processus.

Pour réussir cet accès, le processus global pourrait se résumer à :

Phase préparatoire

- ✓ Analyse de l'environnement externe
- ✓ Identification des opportunités d'affaires
- ✓ Identification de potentiels partenaires
- ✓ Cartographie des concurrents (directs et indirects)



Etude concurrentielle

- ✓ Analyse des concurrents directs
- ✓ Etudes approfondies de leurs stratégies de développement
- ✓ Perception des concurrents par les décideurs du marché étudié



Structures décisionnelles

- ✓ Fonctionnement officiel et officieux des structures décisionnelles
- ✓ Décryptage des jeux de pouvoir et des circuits de décision
- ✓ Détermination des influences politiques, économiques, associatives, culturelles...



Cartographie des décideurs

- ✓ Analyse et définition des cercles d'influence et des circuits décisionnels
- ✓ Validation de la réputation de décideurs



Intégration du marché

Accompagnement à l'intégration du marché ciblé ou des marchés difficiles d'accès par :

- ✓ Mise en relation avec les partenaires, prise de contact éventuel avec les décideurs etc.
- ✓ Contribution à l'élaboration de plans stratégiques sur mesure, ...



Square Strategy transforme vos obstacles en opportunités.

Pour aller plus loin, nous vous invitons à consulter notre site internet : <https://square-strategy.com/>