

European Skills for International Trade & Logistics

Répertoire des compétences

Management Opérationnel en Commerce International (International Trade Operational Manager)

<i>Production intellectuelle</i>	<i>IO 3</i>
<i>Auteurs</i>	<i>NETINVET</i>
<i>Contributeurs</i>	<i>CECOA, Institut de Vic, KS1, Lycée Quinet, CCP, CGI</i>
<i>Date du délivrable</i>	<i>May 2022</i>
<i>Statut</i>	<i>Final</i>



ESITL
A Netinvet Project



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Liens entre les activités et les unités de compétences

ACTIVITES	UNITES DE COMPETENCES
Activité 1 : Etude des marchés pour le commerce international	Unité 1 : Exercer une veille commerciale sur marchés étrangers
Activité 2 : Vente à l'exportation	Unité 2 : Prospecter
	Unité 3 : Vendre à l'international
	Unité 4 : Assurer le suivi des ventes
Activité 3 : Achats à l'importation	Unité 5 : Importer
Activité 4 : Coordination des processus d'achat à l'importation et de vente à l'exportation	Unité 6 : Coordonner les services
Activités 5 : Gestion des relations professionnelles dans différentes cultures	Unité 7 : Communiquer et gérer les relations dans des contextes interculturels

Compétences transversales, autonomie et responsabilité

Pour réussir dans son travail, le/la manager opérationnel(le) en commerce international est tenu(e) d'avoir un éventail de compétences transversales. Il/elle fait preuve de souplesse, de réactivité, de créativité, de rigueur, d'organisation, de respect de l'éthique professionnelle, en particulier lorsqu'il/elle opère dans un contexte international. Il/elle a l'habitude de travailler en équipe, d'être contributeur actif dans le cadre de projets, et d'être force de proposition.

Travaillant à l'étranger, il/elle respecte les différents usages professionnels et spécificités culturelles. La courtoisie et le respect dans les relations avec les différents interlocuteurs sont attendus, se garder des jugements hâtifs, prendre en compte les différences culturelles dans les situations de travail également. Il/elle se tient informé(e) des règles internationales en matière de protection des populations et de l'environnement, de la situation géopolitique et des tendances économiques internationales. Il/elle montre un réel intérêt pour nouveaux processus et méthodes de vente et notamment au développement de la digitalisation.

Les responsables opérationnels en commerce international doivent être autonomes dans leur travail quotidien et en assurent la responsabilité. Leur niveau d'autonomie dépend de la taille et de la structure de l'entreprise, de la complexité des activités et des processus de vente sur lesquels ils travaillent ainsi que de leur expérience professionnelle. Leur autonomie est finalement déterminée par le responsable hiérarchique à qui ils rendent compte. Leurs actions et décisions autonomes auront un impact sur le développement d'une économie plus durable et plus verte.

Le/la manager opérationnel en commerce international travaille dans le cadre d'un processus régulier de validation de son responsable hiérarchique.

Unité 1 : Exercer une veille commerciale sur les marchés étrangers

Compétences	Connaissances
<p>U1S1 – Trouver des informations nécessaires aux activités de commerce international</p> <p>U1S1.1 – Concevoir, planifier et budgétiser le processus de recherche d’information</p> <p>U1S1.2 – Sélectionner les contraintes commerciales et réglementaires sur les marchés étrangers</p> <p>U1S1.3 – Formuler des exigences techniques pour les études de marché</p>	<p>U1S1 - Etudes de marché</p> <p>U1S2 - Tendances des échanges mondiaux</p> <p>U1S3 - Risques pays et notation</p> <p>U1S4 - Études sectorielles</p> <p>U1S5 - Environnement juridique et réglementaire international</p> <p>U1S6 - Règles éthiques et environnementales</p> <p>U1S7 - Méthodes d’analyse statistique</p> <p>U1S8 - Données et informations</p> <p>U1S9 - Système d’information d’entreprise et outils d’intelligence économique</p> <p>U1S10 - Sécurité des données et cybersécurité</p>
<p>U1S2 – Préparer la décision</p> <p>U1S2.1 – Surveiller les informations marketing sensibles.</p> <p>U1S2.2- Préparer des rapports pour faciliter la prise de décision</p>	
<p><u>Indicateurs de performance</u></p> <p>Le processus de recherche d’information est cohérent, documenté et respecte le budget.</p> <p>Les informations sélectionnées sont pertinentes.</p> <p>Les informations marketing sensibles sont mises à jour.</p> <p>Les rapports sont structurés, pertinents et utiles pour la prise de décision.</p>	

Unité n°2 : Prospector

Compétences	Connaissances
<p>U2S1 – Préparer la prospection U2S1.1 – Répartir les tâches en fonction des ressources et des objectifs U2S1.2 – Sélectionner les sous-traitants</p>	<p>U2S1 – Fonction de prospection U2S2 – Plan de prospection et budget U2S3 – Dispositif national d’aide aux entreprises exportatrices U2S4 – Critères de segmentation</p>
<p>U2S2 – Identifier les clients potentiels U2S2.1 – Qualifier les clients potentiels U2S2.2 – Créer des contacts professionnels U2S2.3 – Respecter les règles commerciales et l’éthique des affaires</p>	<p>U2S5 – Outils de prospection internationale U2S6 – Foires, salons et événements internationaux U2S7 – Techniques internationales de communication et de promotion U2S8 – Outils numériques pour l’interaction avec les clients et la personnalisation de la relation client internationale</p>
<p>U2S3 – Évaluer la prospection U2S3.1 – Rendre compte des résultats de prospection U2S3.2 – Évaluer la prospection par rapport aux objectifs commerciaux U2S3.3 – Proposer des améliorations des procédures</p>	<p>U2S9 – Suivi et évaluation de la prospection internationale U2S10 – Éthique et législation dans la fonction de prospection</p>
<p><u>Indicateurs de performance</u> Le plan de prospection est approprié. La sélection des sous-traitants répond aux besoins. Les clients potentiels sont sélectionnés en fonction des objectifs commerciaux, dans le respect des règles et de l’éthique des affaires. Les contacts d’affaires sont mis à jour. Le rapport de prospection est structuré, pertinent et utile pour la prise de décision. L’évaluation de la campagne de prospection et les suggestions d’amélioration sont pertinentes et utiles pour la prise de décision.</p>	

Unité n° 3 : Vendre à l'international

Compétences	Connaissances
<p>U3S1 – Préparer les contrats de vente internationaux U3S1.1 – Identifier les règles et les usages en vigueur pour les accords internationaux ou les contrats de vente. U3S1.2 – Sélectionner les types de contrats appropriés et les partenaires contractuels pertinents U3S1.3 – Qualifier la stratégie de vente du client U3S1.4 – Préparer les contenus clés d'un contrat de vente international</p>	<p>U3S1 - Contrats nationaux, européens et internationaux U3S2 - Incoterms U3S3 - Méthodes de financement des contrats internationaux U3S4 - Moyens de paiement internationaux U3S5 - KPI (Indicateurs clés de performance) U3S6 - Outils administratifs, d'assurance et de financement U3S7 - Documents de vente à l'international U3S8 - Stratégies et tactiques de négociation</p>
<p>U3S2 – Sécuriser le contrat de vente international U3S2.1 – Vérifier le financement du client U3S2.2 - Vérifier la trésorerie interne U3S2.3 - Sélectionner les outils administratifs et financiers pour sécuriser le contrat de vente international U3S2.4 - Anticiper les problèmes liés à l'application du contrat et préparer des solutions</p>	
<p>U3S3- Participer à la négociation des contrats U3S3.1 - Appliquer les techniques de négociation pour une vente directe U3S3.2- Appliquer les techniques de négociation pour une distribution indirecte U3S3.3- Appliquer les techniques de négociation pour le e-commerce</p>	
<p><u>Indicateurs de performance</u> Les exigences du client sont respectées. Les contenus clés des contrats sont alignés sur les exigences du client et dans le respect de la loi. La solvabilité du client est vérifiée. Les problèmes sont identifiés et les solutions anticipées. Les techniques de négociation mises en œuvre sont efficaces.</p>	

Unité n° 4 : Assurer le suivi des ventes

Compétences	Connaissances
<p>U4S1 – Préparer le suivi des ventes U4S1.1 – Constituer une base de données internationale clients U4S1.2 – Sélectionner les indicateurs commerciaux U4S1.3 – Enregistrer les données de suivi des ventes U4S1.4 – Mettre à jour les contacts clients internationaux</p>	<p>U4S1 – Indicateurs commerciaux U4S2 – Système d'information commerciale U4S3 – Techniques de contact avec les clients U4S4 – Intelligence artificielle pour gérer le suivi des relations avec les clients internationaux U4S5 – Personnalisation de la relation client U4S6 – Relation client durable U4S7 – Ventes complémentaires et ventes croisées</p>
<p>U4S2 – Enrichir l'interaction avec les clients U4S2.1 – Assister les clients internationaux U4S2.2 – Personnaliser le service au client U4S2.3 – Suivre les commentaires et réactions des clients internationaux sur les réseaux sociaux U4S2.4 – Promouvoir des relations durables avec les clients internationaux U4S2.5 – Étendre les relations commerciales à des ventes complémentaires et croisées</p>	
<p><u>Indicateurs de performance</u> Les ventes sont enregistrées et mises à jour. Les indicateurs commerciaux sont pertinents pour la prise de décision. Le service apporté au client est sur mesure. Les commentaires et réactions des clients sont traités. Les rapports sont structurés, pertinents et utiles pour la prise de décision. La relation créée avec le client est durable et consolidée.</p>	

Unité n°5 : Importer

Compétences	Connaissances
<p>U5S1 – Sélectionner des fournisseurs U5S1.1 - Identifier les fournisseurs potentiels U5S1.2 – Etablir un appel d’offre U5S1.3 – Analyser les offres et préparer la sélection des fournisseurs</p>	<p>U5S1 - Spécifications de l’offre d’achat U5S2 - Sourçage et approvisionnement U5S3 - Évaluation financière du fournisseur U5S4 - Place de marché, plateforme d’achat, enchères en ligne, e-sourcing U5S5 - Accords commerciaux internationaux et accords multilatéraux sur l’environnement U5S6 - Contrats d’achat U5S7 - Utilisation d’instruments de gestion des achats U5S8 - Évaluation de la performance des fournisseurs U5S9 - Système d’information fournisseur</p>
<p>U5S2 – Participer à la négociation achat U5S2.1 - Elaborer des stratégies et utiliser des techniques pour la négociation achat U5S2.2 - Organiser la négociation avec un fournisseur étranger</p>	
<p>U5S3 – Assurer le suivi des activités d’importation U5S3.1 - Surveiller et contrôler le respect des contrats U5S3.2 - Appliquer des protocoles pour résoudre les situations de conflit</p>	
<p><u>Indicateurs de performance</u> Les informations concernant les fournisseurs et les prestataires de services sont fiables. Les bases de données sélectionnées sont pertinentes et mises à jour. Le suivi du processus d’achat est effectif et efficient. L’analyse des propositions d’approvisionnement est structurée pour la prise de décision. La gestion des conflits et des réclamations est conforme aux pratiques professionnelles en vigueur.</p>	

Unité n° 6 : Coordonner les services

Compétences	Connaissances
<p>U6S1 – Gérer les opérations internationales U6S1.1 – Sélectionner des fournisseurs de services U6S1.2 – Coordonner et suivre les processus d’achat et de vente U6S1.3 – Assurer la gestion des relations de service avec différents partenaires</p>	<p>U6S1 - Objectifs de développement durable / Critères RSE (Responsabilité Sociale des Entreprises) et GES (Gouvernance Environnementale et Sociale) U6S2 - Moyens de transport, conventions de transport international, règles de cotation U6S3 - Incoterms U6S4 - Moyens et techniques de paiement U6S5 – Douanes et documents douaniers U6S6 - Mécanismes de TVA intra-communautaire U6S7 – Gestion des risques U6S8 – Typologie des réclamations et des litiges U6S9 - Solutions pour traiter les réclamations et les litiges U6S10 - Outils et méthodes d’évaluation et de comparaison des offres</p>
<p><u>Indicateurs de performance</u> La sélection des fournisseurs est pertinente. Tous les processus sont réalisés selon les normes professionnelles. Les accords de partenariat sont correctement menés. Les réclamations et les litiges sont traités. Les rapports destinés aux clients sont structurés et pertinents.</p>	

Unité n° 7 : Communiquer et gérer les relations dans des contextes interculturels

Compétences	Connaissances
<p>U7S1 – Communiquer en anglais et dans une autre langue étrangère en intégrant des éléments socioculturels</p> <p>U7S1.1 - Sélectionner des informations relatives aux pratiques commerciales, sociales et culturelles</p> <p>U7S1.2 - Intégrer les différences culturelles</p> <p>U7S1.3 – Produire des messages oraux professionnels visant à interagir avec des contacts de cultures différentes</p> <p>U7S1.4 – Produire des documents écrits professionnels visant à interagir avec des contacts de cultures différentes</p>	<p>U7S1 - Communication professionnelle orale et écrite dans la langue utilisée dans l’environnement de travail</p> <p>U7S2 - Communication professionnelle orale et écrite en anglais, au niveau B2 du cadre européen commun de référence pour les langues</p> <p>U7S3 – Communication professionnelle orale et écrite dans une autre langue étrangère, au niveau B2 du cadre européen commun de référence pour les langues</p> <p>U7S4 – Techniques et modèles de communication dans un contexte multiculturel</p> <p>U7S5 – Types et styles de communication non verbale</p>
<p>U7S2 – Mettre en œuvre, gérer et animer un réseau de contacts internationaux</p> <p>U7S2.1 – Constituer une base de données multiculturelle et un réseau de contacts</p> <p>U7S2.2 – Maintenir une base de données multiculturelle et un réseau de contacts</p> <p>U7S3.3 – Animer un réseau de contacts professionnels dans un contexte multiculturel</p>	<p>U7S6 - Codes et pratiques culturels (coutumes / habitudes / rituels)</p> <p>U7S7 - Gestion des relations interculturelles</p> <p>U7K8 - Nétiquette et protocole d’affaires</p> <p>U7S9 - Cadre juridique des relations individuelles et collectives de travail dans les pays cibles</p> <p>U7S10 – Gestion des systèmes d’information</p>
<p><u>Indicateurs de performance</u></p> <p>La communication orale et écrite est efficace et respecte les différences culturelles des groupes cibles.</p> <p>La base de données des contacts internationaux est structurée, mise à jour et pertinente.</p> <p>Le réseau de contacts professionnels est actif et mis à jour.</p> <p>Le réseau de contacts professionnels contribue positivement à l’activité commerciale internationale.</p>	