

Objectifs

- Améliorer la communication avec les chinois
- Acquérir les compétences pour mieux collaborer avec les chinois dans le digital

Présentation des formateurs



Intervenant 1 : Native Chinoise, elle compte plus de 10 ans d'expérience en gestion de projets digitaux & internationaux, conseil en stratégie et marketing digital pour les entreprises en France et en Chine.

Après + de 7 ans d'expérience dans un cabinet Big 4, elle est actuellement responsable projets web et digitaux à la Chambre de Commerce International. Elle poursuit en parallèle le programme de l'Exécutive MBA à l'EDHEC Business School en accomplissant un consulting projet avec Johnson & Johnson Vision Care - Acuvue Chine sur le sujet de parcours client O2O.

Intervenant 2 : D'origine chinoise, ancien élève de Tong Ji en Chine et de l'Essec en France, il a accompagné une dizaine d'entreprises européennes à développer leurs activités en Chine. Homme de terrain, il aide les entreprises européennes à créer des joint-ventures et à réaliser des acquisitions en Chine. Fort de ses expériences, il a développé une série de modules de formation autour de la Chine. Il intervient auprès des grandes sociétés françaises pour aider leurs cadres à mieux travailler avec les partenaires chinois.

Pédagogie

Préalablement, un questionnaire à remplir par chaque participant en vue de dégager ses centres d'intérêt. ChinForm adapte le contenu en fonction de ces éléments.

- Présentation de slides
- Discussion autour de vidéos et de cas concrets
- Mise en situation

Quand et où

Les 01/06/2017, 21/09/2017, 14/12/2017
Centre de formation à Saint-Lazare

Durée

Une journée de 9 :00 à 17 :00

Pour qui

Chef et cadres d'entreprise, Chef de projet Chine, Ingénieur d'affaire Chine

Prix : 650 euros HT par participant

Programme de la formation

Matinée: La Chine : Pays du commerce connecté

L'écosystème numérique chinois
Nouvelle trajectoire "Internet+"
Acteurs digitaux en Chine : «GAFA» vs. «BATX»
L'écosystème digital chinois n'est plus une copie des Etats-Unis
Chine vs. France : des différences majeures
Silicon dragon Chinois

Les plateformes digitales chinoises
Médias sociaux
Moteurs de recherche
Vidéo/live-streaming

La (r)évolution du e-commerce
Le marché e-commerce en Chine
Cross-border vs e-commerce
Les opportunités du m-commerce en Chine
O2O + CX = le commerce de demain

Une perspective unique des consommateurs chinois
Millennials, la génération sans pareille
Consommateurs de plus en plus avertis
Consommateurs de plus en plus intelligents & pragmatiques
Consommateurs de plus en plus soucieux de leur santé
Consommateur fidèle, ou pas

Comment les entreprises étrangères devraient-elles se préparer à l'essor digital chinois?

Tendances digitales à suivre en 2017

Étude de cas

Après midi: clés pour mieux travailler avec les Chinois

Profil des interlocuteurs chinois
Entrepreneurs chinois privés
Dirigeants des entreprises publiques
Cadres chinois formés en Occident
Cadres locaux

Style de management chinois
Hiérarchie imposante
Rapidité vis à vis du processus
Intuition sur les affaires

Communiquer efficacement avec les Chinois
Les différents modes de communication
Les obstacles à une communication efficace
Les clés pour une communication à distance

3 groupes de travail
Etude d'un cas concret, discussion, élaboration des solutions
Présentation à l'auditoire des solutions

Travailler avec les Chinois dans l'échange technique
Les nouveaux clients chinois pour les produits innovants
Les méthodes pour développer des produits adéquats
La place des sociétés françaises dans ce nouveau marché
Les démarches efficaces pour développer de nouveaux produits
La gestion de teamwork avec les Chinois

Débriefing et conclusion