



Cycle de formation : **Travailler efficacement en Chine**

Objectif des formations :

Permettre aux apprenants d'établir des relations d'affaires avec leurs partenaires chinois.

Méthodologie :

Nos méthodes d'enseignement, par l'implication des apprenants, permettent une assimilation du savoir plus facile.

La qualité de nos formations repose sur l'expérience des affaires en Chine de Marc Meynard. Nos formations se déroulent en inter et intra entreprises, sans restriction géographique.

En fonction des besoins des apprenants, les modules ci-dessous sont assemblés sur mesure.

1. Comprendre l'environnement d'affaires chinois

Objectif : développer les connaissances générales sur la Chine

- Histoire, géographie et économie actuelles de la Chine
- La politique et l'orientation économique du gouvernement
- La situation géostratégique en devenir de la Chine
- Les besoins de la société chinoise et les tendances

2. Les opportunités d'affaires avec la Chine

Objectif : comprendre les tendances de consommation liées au développement de la Chine.

- Les évolutions sociales et leurs conséquences sur la consommation.

3. Les différences culturelles

Objectif : Comprendre l'intelligence chinoise pour assurer des relations d'affaires durables

- Les courants culturels, les modes de réflexion et l'éducation
- Gérer l'étiquette des affaires
- Gérer avec efficacité la face et la politesse
- Développer une communication efficace avec des contacts chinois

4. Manager des équipes chinoises

Objectif : apprendre à gérer efficacement des équipes chinoises

- Les dimensions culturelles chinoises et françaises
- Management sino-européen : une complémentarité positive

5. Aborder le marché chinois : un guide pour PME

Objectif : connaître les points clés des affaires en Chine

- Les 10 clefs du succès
- Négocier avec succès en Chine
- Implanter une entreprise en Chine
- Acheter efficacement en Chine
- Le Mandarin pour débutants

6. Le marketing en Chine

Objectif : connaître les clefs du marketing en Chine

- L'Art de la Guerre appliqué au marketing
- Les consommateurs chinois et leurs motivations
- La fidélisation des consommateurs
- Le Marketing mix en Chine
- E-marketing et réseaux sociaux
- La perception des couleurs

7. Développement du tourisme chinois entrant

Objectif : développer la clientèle touristique chinoise

- Tendances et motivations
- Le marché du tourisme chinois
- Les comportements des touristes chinois
- Le secteur des loisirs et offres
- Le secteur business et offres
- Le développement d'affaires
 - Les réseaux d'affaires
 - Tour operators
 - E-marketing
 - Réseaux sociaux