**Modèle de fiche de formation**

|  |  |
| --- | --- |
| **Titre**  | **Modèles entrepreneuriaux (Business Models) dans le marketing digital international** |
| **Mots clés (méta tag)** | Business model canvas, business models digitaux, internationalisation |
| **Langue** | Français |
| **Objectifs/ Buts/ Résultats attendus de la formation** | * Découvrir les éléments du modèle économique (Business Model) et les modèles d’affaires numériques
* Créer un modèle économique (Business Model)
* En savoir plus sur le processus d'internationalisation et les principales stratégies d'internationalisation
 |
| **Domaine de formation : (Sélectionnez-en un)** |
|  Stratégies d'internationalisation |  |
|  E-commerce, marketing digital et international | **X** |
|  Le marketing via les réseaux sociaux |  |
|  Aspects sociologiques et culturels de l'exportation extracommunautaire |  |
| **Cadre européen des certifications (EQF)** |
| Niveau 4 |
| **Description** | Un business model est le plan stratégique d'une entreprise pour réaliser des bénéfices. Le business model canvas est un outil stratégique utile pour représenter graphiquement le business model, et donc la proposition de valeur, d'une entreprise.L'internationalisation est le processus d'expansion commerciale qui vise à élargir les horizons opérationnels d'une entreprise et à étendre sa présence au-delà de ses frontières nationales. Les stratégies d'internationalisation peuvent être classées selon le niveau de personnalisation du produit et selon le type de présence à l'étranger de l'entreprise. |
| **Contenus organisés en 3 Niveaux** | **Modèles entrepreneuriaux (Business Models) dans le marketing digital international****1. Introduction. Qu'est-ce qu'un modèle d'affaires ?**1.1 Un modèle d’affaires (Business model)1.2 Le business model canvas1.3 Éléments du modèle d'entreprise (Business model)**2. Modèles d'entreprise numériques et classifications.**2.1 Caractéristiques des modèles d'affaires numériques2.2 Types de business models numériques**3. Internationalisation**3.1 Le processus d'internationalisation3.2 Opportunités et risques de l'internationalisation3.3 Stratégies d'internationalisation**4. Unité 4 : Recommandations et conseils. Ce qu'il faut faire et ce qu'il ne faut pas faire**4.1 Conseils d'ordre général4.2 A faire et à ne pas faire |
| **Glossaire** | **Business model :** Le terme Business model fait référence au plan stratégique d'une entreprise pour réaliser des bénéfices. Il peut être défini comme l'ensemble des pratiques organisationnelles et des solutions stratégiques par lesquelles l'entreprise cherche à obtenir un avantage concurrentiel sur le marché.**Business model canvas** : est un outil stratégique utile pour représenter graphiquement le modèle d'entreprise et, par conséquent, la proposition de valeur d'une entreprise.**Business model Freemium :** dans ce modèle, les utilisateurs peuvent profiter d'une version de base, gratuite, du produit ou du service, mais peuvent à tout moment s'abonner ou acheter une version premium, payante.**Internationalisation** : est le processus d'expansion commerciale qui vise à élargir les horizons opérationnels d'une entreprise et à étendre sa présence au-delà de ses frontières nationales.**Business model digital :** Business model basé sur les technologies et les canaux numériques |

|  |  |
| --- | --- |
| **Auto-évaluation (questions à choix et réponses)** | 1. A business model doit être :* 1. **Flexible et dynamique**
	2. Solide et stable
	3. Le même dans chaque pays

2. Combien de blocs le cadre de travail du Business Model canvas d'Osterwalder et Pigneur comporte-t-il ?* 1. 4
	2. 5
	3. **9**

3. Quel est le business model d’Amazon ?* 1. Freemium
	2. Marketplace
	3. **Les deux**

4. La stratégie transnationale consiste en :* 1. Personnaliser l'offre de produits et de services pour chaque pays
	2. Offrir le même produit dans tous les pays
	3. **Apporter de légères modifications aux produits dans les différents pays.**

5. Que devez-vous réévaluer lorsque vous internationalisez votre entreprise ? * 1. L'offre de produits et de services et votre campagne de marketing
	2. Votre business model
	3. **Les deux**
 |
| **Boîte à outils (directives, bonnes pratiques, checklist, leçons tirées …)** | **Nom**  |  |
| **Description** |  |
| **Lien utile / nom de dossier** |  |
| **Ressources (vidéos, , liens de référence)** |  |
| **Documents connexes** |  |
| **PPT associés** |  |
| **Bibliographie** | A. Osterwalder, Y. Pigneur, C.L. Tucci, “Clarifying business models: Origins, present, and future of the concept “, Communications of the association for Information Systems, 2005https://www.investopedia.com/terms/b/businessmodel.asphttps://www.businessmodelsinc.com/about-bmi/tools/business-model-canvas/https://www.investopedia.com/terms/i/internationalization.asp#:~:text=Key%20Takeaways,have%20different%20tastes%20or%20habits. |
| **Proposé par** | IWS |