



Relever les Défis du Marché Japonais

Didier CHANUT

Jean-François RIDEL

Consulligence

Consulligence

- JF Ridel (B.Ing.)
 - 10 ans au Japon en PME japonaise
- Didier Chanut (B.Ing., MBA)
 - 15 ans au Japon (PME et Grandes Compagnies)
- R&D, marketing, gestion de projets, vente, support
- Réseau de contact
- Secteurs
 - Technologie, agro-alimentation, environnement



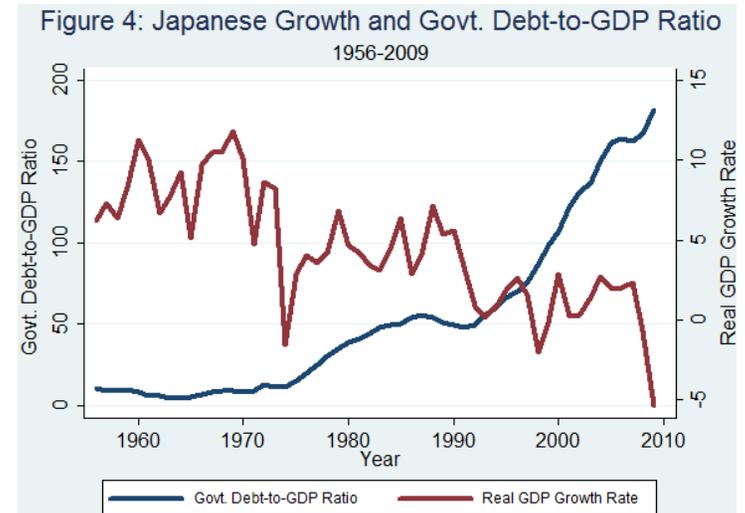
Relever les défis du marché japonais

- Culture
- Economie
- Marché
- Distributeurs
- Étapes
- Consulligence



Economie du Japon

- Croissance ralentie, importations d'Asie augmentent
- Certains secteurs en difficulté, d'autres sont riches
 - Risque: marché inatteignable -> sonder le marcher
- Avantages: volume de vente, profits, qualité, compétences, Corée
- Grandes entreprises
 - Domination de quelques compagnies
 - Conglomérats: Toyota, Toshiba, Mitsubishi
 - Exigences: qualité et prix
 - Représentation local nécessaire
 - Filiales à l'étranger
- PME
 - Dynamique, varié, niche, avant-gardiste
 - Souvent timide vers les étrangers



Culture et affaire

- Gentillesse, respect, politesse
 - L'excuse est plus importante que le remerciant
- Peut sembler pareil mais unique
 - Ouverture d'esprit pour la recherche de dialogue
- Dialogue efficace, phrases simple et courtes
 - Apprécié car beaucoup comprendront cet anglais
- Écoutez et on vous parlera d'avantage
- Yes ≠ Oui ; Yes ≈ je vois; Difficult = non
- Quick quick Slow / Slow slow Quick
- Hiérarchie, séniorité
 - Top-down / Bottom-up
- Interprète
 - Souvent nécessaire, lent, peut manquer certains détails techniques ou business
 - Mettre les points importants par écrit, donner des exemples concrets



Consulligence

Marché

- Contraintes
 - Concentration énorme
 - Compétition, innovation, prix
 - Tokyo (150km x 150km)
40M de consommateurs: sélection
- Pays Isolé, difficile d'accès
 - Opportunités non-exploitées
 - Tremplin -> Asie, Orient (ex: Honda)
- Long terme, confiance, réseaux
- Présence d'un compétiteur local:
 - Risque -> liens locaux très solides et pénétration difficile
 - Bien évaluer l'effort requis



Marché

- Qualité:
 - Marché risqué pour modèle d'affaire à profit rapide
 - Différenciation
 - Bas de gamme de bonne qualité à bon prix
 - Clients très exigeants, tolèrent mal les défauts
 - Culture de l'emballage
 - Moins axé sur le bas prix que la Chine
 - **Mis en valeur du produit:**
 - Médaille de mérite, authentique, mignon, appellation
 - Marque, local/unique
- Un marché qui évite les risques
 - Soyez prêt
 - Produits matures
- Première rencontre: chance unique



Consulligence

Marché

- Les clients imposent leur termes pour satisfaire leur marché
 - Modifications au produit
 - Localisation: langue, design, normes, tests, emballage
 - Risques: over design, couteux, long
 - Savoir:
 - Faire ressortir les priorités
 - Négocier
 - Avoir des alliés
 - Inclure le distributeur dans la discussion
 - Alternative
 - Possible mais souvent limités
- Processus après vente
 - Procédures, rigueur, running change



Consulligence

Distributeurs / Shōsha

- Itochu, Mitsui, Marubeni, Macnica, Hakuto...
- Aucun distributeur couvre tout le Japon
 - Toyota = Denso
 - Prenez quelques distributeurs pour couvrir tout les clients importants
- Travaille pour son client,
 - La vie de son entreprise en dépend
 - Son point de vue passe avant le votre
 - Support: Communication, complète et **rapide**
 - Les retards: acceptable en mettant les efforts et explications
- Prennent peu de risque, leur client encore moins
 - La méfiance est de mise et vous devrez gagner la confiance
 - Processus d'évaluation de leurs fournisseurs
 - Nombre d'employés, chiffre d'affaire, employé turn-over, etc...
 - Bien saisir les limites



Consulligence

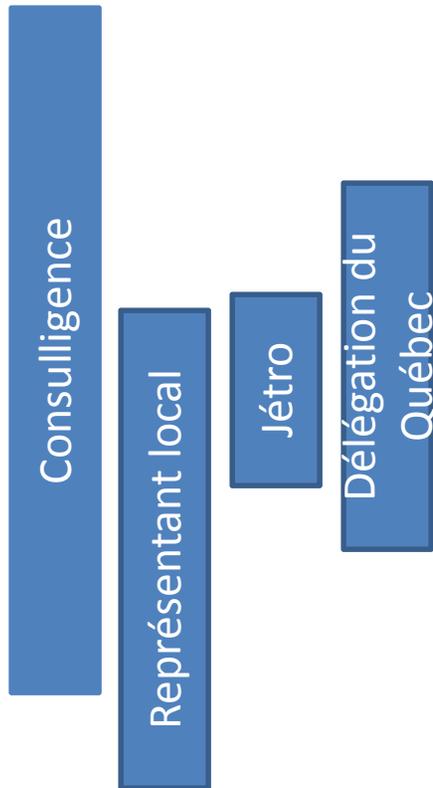
Distributeurs / Shōsha

- Alignement sur les grandes entreprises
 - Besoin de compte (Koza)
- Peut délaiser ou lancer le produit
- Oser d'autres distributeurs
 - Si pas de motivation
 - Pour couvrir d'autres marchés
 - Ils font souvent la différence
- Ils sont vitaux si le produit est mise en vente
 - Travail de localisation
 - Suivi, stock, cash flow

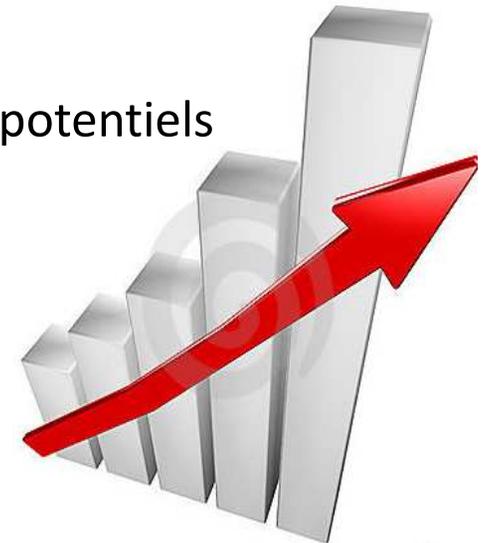


Consulligence

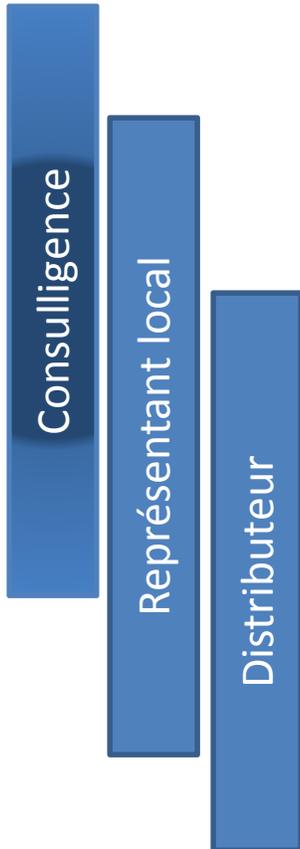
Les étapes de votre déploiement



- Evaluation du marché sur le web (-\$)
 - Évaluer le potentiel du produit
 - Recherche de clients et partenaires potentiels par contacts directs
 - Envoie d'échantillons et documentation
- Voyage exploratoire (\$)
 - Foires commerciales
 - Rencontre de clients et partenaires potentiels
- Sélection de partenaires (\$+)
 - Client fidèle
 - Représentant à la tâche
 - Distributeur à commission



Les étapes de votre déploiement



- Mise en place d'une filiale (\$++)
 - Incubateur de filiale à l'étranger
 - Bureau de vente local
- Localisation
 - Design, Go2Market, qualité, tests...
- Après vente et gestion de crise
- Logistique
 - Support, Gestion Stocks, ajustements, flux monétaires



Consulligence

Questions

Consulligence

- Premières démarches de partenariats
- Recherche et mis en contact
- Gestion (Ventes, Projets, Services Clients)
- Support et Coaching:
 - Marketing, distribution, procédures
- Communication
 - Préparation Participation aux meeting
 - Règles non écrites

- Jean-François RIDEL
 - jf@consulligence.com
- Didier CHANUT
 - didier@consulligence.com



Questions



Jean-François RIDEL
jf@consulligence.com



Didier CHANUT
didier@consulligence.com

