

Le Rôle De Marketing International Face Au Lancement D'un Produit

République du Sénégal



Un Peuple-Un But-Une Foi

MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR DE LA RECHERCHE
ET DE L'INNOVATION

DIRECTION DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR



Institut mercure

Du Groupe Sup de Co Dakar



Sup de Co - Campus Point E Rue 48 x Rue de Kaolack - Point E

Tel: +221338427111- Fax: +221 33 821 50 74

Email: mercure@supdeco.sn Site Web: www.supdeco.sn

Mission d'entreprise pour l'obtention de la licence professionnelle en Commerce
international

THEME :

**LE RÔLE DU RESPONSABLE DU MARKETING
INTERNATIONALE FACE AU LANCEMENT D'UN
PRODUIT**

Présenté par : Kadidja Moussa Ali

Encadré par : Mr. Saliou Mbaye

Assia Mohamed Hamadou

Année Universitaire 2019/2020

Le Rôle De Marketing International Face Au Lancement D'un Produit

Table des matières

INTRODUCTION	1
I. PRÉSENTATION DE L'ENTREPRISE : L'entreprise COUBECHÉ	
A. HISTORIQUE.....	3
B. ACTIVITÉS.....	3 à 5
C. LES ORGANISATION	6
D. ORGANIGRAMME.....	7 à 9
E. GUIDE D'ENTRETIEN.....	10 à 13
II. PRÉSENTATION DU MÉTIER : RESPONSABLE DU MARKETING INTERNATIONALE	
A. LES MISSIONS DU responsable marketing international.	15
B. LES COMPÉTENCES/QUALITÉS NÉCESSAIRES POUR DEVENIR responsable marketing international	16
C. LES FORMATIONS À SUIVRE POUR DEVENIR Responsable marketing international	16
D. LES DÉBOUCHÉS DU MÉTIER ET SES ÉVOLUTIONS PROFESSIONNELLES.	16
E. INCONVÉNIENTS DU MÉTIER.....	16
III. BILAN ET PERSPECTIVES.....	17 à 19
CONCLUSION	20

INTRODUCTION

A premier vue, un responsable de marketing international occupe une place fondamentale au sein de l'entreprise.

En effet, le responsable marketing international tient une place prépondérante. Son rôle devient encore plus important lorsqu'il doit mener des actions à l'international. De la stratégie de l'entreprise à l'international, il doit s'inspirer pour mener des actions efficaces lorsqu'il s'agit de traiter avec des partenaires se situant en dehors de son territoire

Ceci est autant une réalité dans les pays occidentaux qu'africains. C'est la raison pour laquelle ; des entreprises djiboutiennes à l'instar de COUBECHÉ se dotent de plus en plus de cadres formés aux réalités internationales.

COUBECHÉ est une entreprise Djiboutienne qui commercialise des boissons gazeuses. Elle vit une situation quasi monopolistique concernant la production des boissons. Pour mieux dominer le marché, elle est obligée de respecter certains standards internationaux de production.

C'est ainsi que l'entreprise a choisi l'innovation comme valeur essentielle pour réduire au maximum les barrières à l'entrée. L'innovation de produit consiste pour une firme à mettre sur le marché de nouveaux produits ou offrir des produits plus performants que ceux présents sur le marché. Pour accomplir cette mission ; le responsable marketing international constitue une pièce essentielle étant donné qu'en amont il est avec les partenaires (Coca Cola company) et en aval c'est lui qui se charge de coordonner la politique commerciale de l'entreprise.

C'est la raison pour laquelle nous avons choisi de nous focaliser sur « **ROLES DU RESPONSABLE DE MARKETING INTERNATIONAL FACE AU LANCEMENT D'UN PRODUIT : CAS DE COUBECHÉ.**

L'enjeu est de savoir, qu'elle est le rôle du responsable de marketing international face au lancement d'un produit ?

Pour mieux réussir notre mission d'entreprise ; nous avons choisi un plan qui se décline en trois parties à savoir

- Première partie : Présentation de COUBECHÉ (la forme juridique, l'organigramme)
- Deuxième partie : Présentation du métier choisissant (bilan personnel et bilan professionnel)
- Troisième partie : bilan (manquement et correction) et perspective (poursuite de formation et choix de spécialisation)
- Et enfin la conclusion



PREMIERE PARTIE :
PRESENTATION DE COUBECHE S.A

Historique

Les entreprises COUBECHÉ ont été fondées à Obock, premier port d'attache des français en 1885 et se sont transférées à Djibouti en 1893. Les sociétés du Groupe s'articulent autour de deux pôles principaux, l'un industriel et l'autre commercial.

M. SAID ALI Coubèche fut un homme politique important pour son pays. Il a été pendant plus de 40ans le président de la chambre internationale de commerce et d'industrie de Djibouti. C'est lui qui pendant des années a su insuffler une bonne dynamique à l'entreprise faisant d'elle l'une des plus grandes de la capitale djiboutienne. Sa fille, Magda RemonCoubèche a repris la direction depuis le décès de son père en Janvier 2009 et co-dirige avec son mari Stephen. Le Groupe est scindé en entités :

Des Glacières Coubèche ...

L'activité historique de cette branche du Groupe COUBECHÉ est l'avitaillement des navires. En 1945, l'entreprise s'installe dans ses locaux actuels et reprend la fabrication de la glace hydrique, qui est devenue l'activité emblématique. Cette entreprise individuelle est passée en société à responsabilité limitée au capital de 500 000 000 DJF en 2003.

A l'Etablissement Coubèche SARL

Pendant longtemps, les deux activités, alimentation et boissons gazeuses, n'étaient qu'une entreprise au nom personnel de M. Coubèche. Le fort développement de ces deux branches a provoqué leur séparation. Les Ets Coubèche SARL ont la même forme juridique, le même capital et les mêmes associés que les Glacières.

La première usine de boissons gazeuses a vu le jour en 1964. En 1974, est construite l'usine actuelle et en 1989 est montée une deuxième chaîne d'embouteillage. Le matériel en place actuellement a été acquis en 2005 et 2006 et l'entreprise a inauguré le 23 mars 2011 la dernière unité de production en bouteille plastique.

Bien que juridiquement distinctes, les deux entreprises sont fortement liées sur les plans technique, administratif et financier.

Aux Grandes Surfaces CASINO

En 1974, le Groupe a ouvert son supermarché SEMIRAMIS et en 1992 un magasin « LEADER Price ». Une nouvelle plateforme de stockage a vu le jour en Avril 2007.

En 2009, le supermarché SEMIRAMIS est devenu un « franchisé » CASINO. Un nouveau supermarché verra le jour à Boulas vers la fin de l'année 2011.

Activités

Les DAS (Domaines d'activités stratégiques du Groupe se subdivisent en trois :

L'embouteillage des boissons

Cette activité est gérée par les Ets COUBECHÉ qui assurent :

- **La production (embouteillage) des boissons gazeuses du groupe Coca Cola**
- **La production de l'eau cristal**

Le Rôle De Marketing International Face Au Lancement D'un Produit

En effet, les Ets Coubèche ont l'agrément de la compagnie Coca Cola pour l'embouteillage de leurs produits sur le territoire de Djibouti. Grâce à la compagnie, la petite bouteille Coca Cola fait partie du paysage Djiboutien.

- Il s'est créé autour de cette production tout un commerce de transports et de revente, génération d'emplois significatifs pour l'économie du pays. Ceci a favorisé le développement d'une exceptionnelle distribution : **110** grossistes et **2500** points de vente.
- L'année 2001 a vu la naissance d'une usine d'embouteillage d'eau minéralisée, toujours sous les couleurs Coca Cola, de marque CRYSTAL.

• Moyens

Les Ets Coubèche SARL disposent de l'infrastructure industrielle suivante :

- Une chaîne d'embouteillage de 30 000 bouteilles de 30 centilitres /heure et 18 000 bouteilles d'un litre/heure, installée en avril 2005.
- Une usine d'eau douce par osmose inverse de 17 m³ /heure, installée en 1998 et complétée en 2006 et en 2008.
- Une usine de fabrication de CO₂, installée en janvier 2006
- Une flotte de 30 camions pour la distribution
- Une usine d'embouteillage pour l'eau CRYSTAL de 2400 bouteilles//heure (Pet 1.5 et 0.5) et bonbonnes de 5 US gal.
- La nouvelle usine d'embouteillage plastique « PET » a une capacité de 10 800 bouteilles. /heure.
- Ces installations sont complétées par un entrepôt et un bureau aménagé en « zone franche » et qui permet d'exporter les produits hors taxes pour tous les clients étrangers.

✚ L'alimentation générale (production de glaces et commercialisations de produits dans les supermarchés)

De nos jours, l'alimentation générale est une des activités phares du groupe. Elle est organisée autour de l'importation et du stockage des marchandises dans les locaux de la plate-forme logistique de Boulaos pour le compte du supermarché CASINO et du magasin LEADER Price et pour les clients les plus importants.

• Les moyens :

- Pour cette activité, le Groupe dispose de :

Le Rôle De Marketing International Face Au Lancement D'un Produit

- 400 m³ de chambres froides, 3000 m² emplacements palettes
- 1000 m² de surface de vente au supermarché
- 1200 m² de surface de vente pour LEADER Price
- 1500m² de surface de vente pour le nouveau supermarché
- 20 camions frigorifiques
- 50 camions « dry »

➤ **Les fournisseurs**

L'entreprise représente et assure la distribution de grandes marques comme DANONE, UNILEVER, KRAFT JACOB SUCHARD, LACTATLIS, FROMAGERIE BEL, BARILLA, BLEDINA, MARS, Mc CAIN etc.

Elle a d'ailleurs un contrat de franchise avec LEADER PRICE et CASINO.

➤ **Les clients**

Grace à ses capacités de stockage, le Groupe COUBECHÉ peut à ce jour fournir de gros clients, comme les armées et marines étrangères présentes dans la région l'entreprise ravitaille ainsi plusieurs commerces de détail du pays.

L'activité industrielle des glaciers Coubèche SARL est la production de glace hydrique. Elle a une capacité de production d'environ 40 tonnes /jour.

Localisation du groupe

Les entreprises sont installées près du port sur 28 000 m² et en zone industrielle sur 17 000 m². Les conditions climatiques de Djibouti obligent à installer du matériel lourd pour la production de froid et d'électricité.

C'est ainsi que toutes leurs installations sont secourues par une centrale électrique de 1800 KVA.

Organisation du groupe COUBECHÉ

Des derniers recensements internes, il ressort que le groupe compte à nos jours plus de 630 Employées ; Le groupe a une organisation répartie comme suit

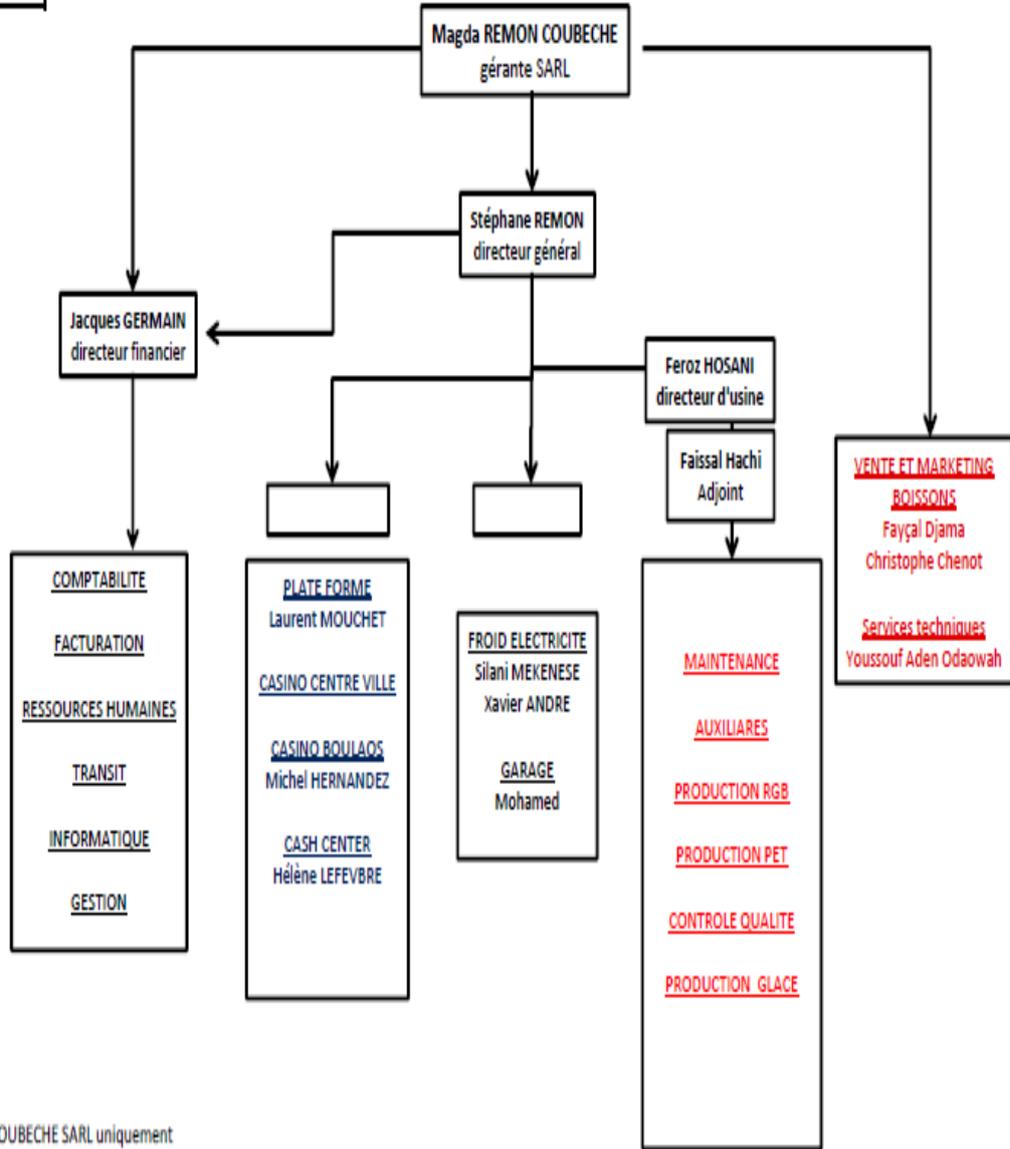
- Une Direction générale se chargeant de la politique générale et de développement du groupe.
- Une direction USINE : cette direction a pour rôle de maintenir les équipements de production et

Le Rôle De Marketing International Face Au Lancement D'un Produit

- Une direction marketing dont le rôle est de coordonner les activités commerciales du Groupe.
- Une direction financière : elle s'occupe de la comptabilité, de la gestion des paies, de la facturation et d'autres activités liées à la gestion quotidienne.
- Une direction grandes surface qui s'occupe des activités de distribution ; logistique et commerciales des supermarchés.

Organigramme

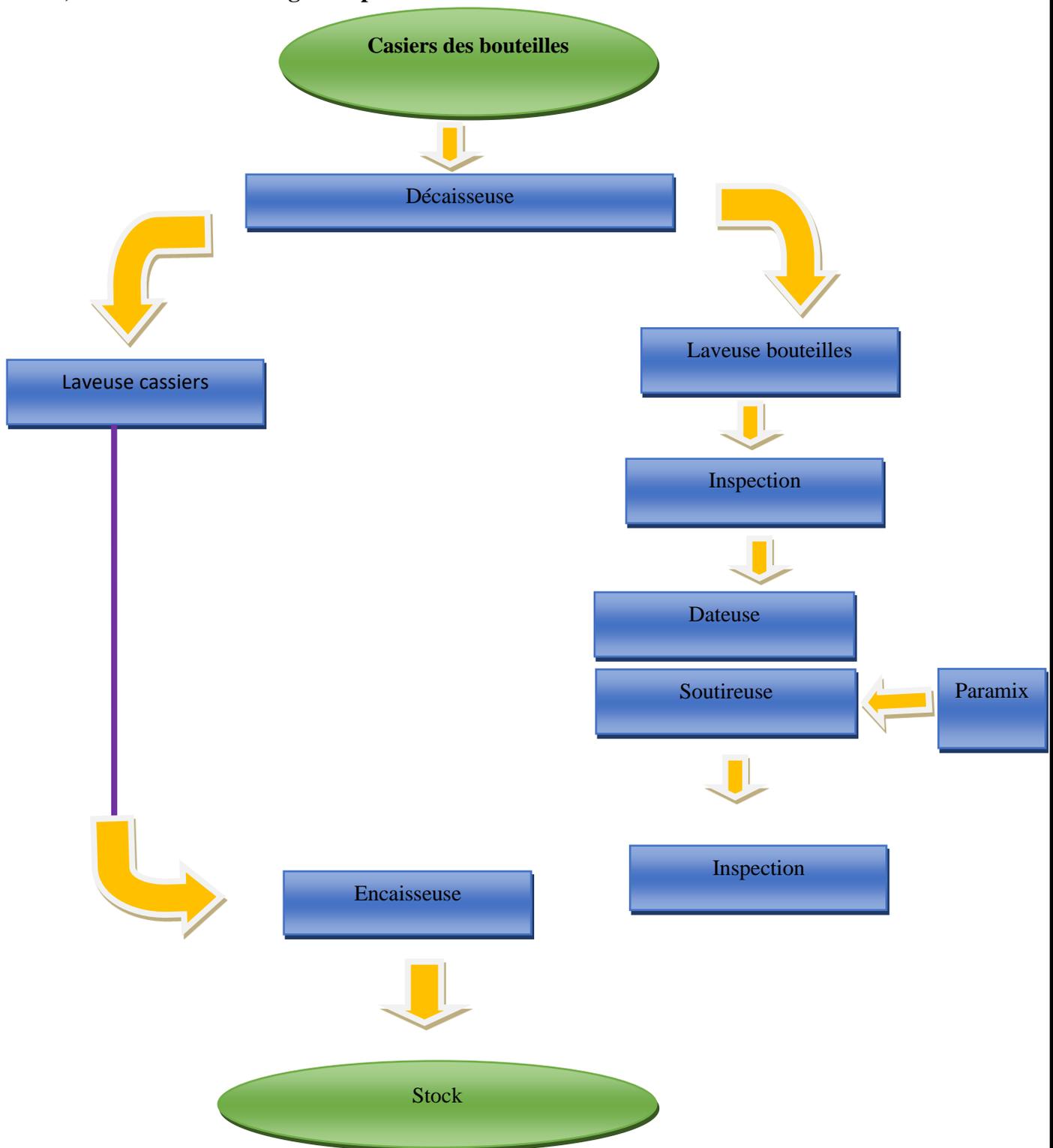
**ORGANIGRAMME
COUBECHÉ DJIBOUTI**



Glacières COUBECHÉ SARL uniquement
 Etablissements COUBECHÉ SARL uniquement
 Services communs aux deux SARL

Source : Documents internes du Groupe COUBECHÉ, 2019

A) Présentation de la ligne de production des bouteilles en verre.¹



• **Décaisseuse** : un dispositif qui transporte les bouteilles vers le convoyeur-bouteilles.

¹Figure1 : ligne de production des bouteilles en verre

Le Rôle De Marketing International Face Au Lancement D'un Produit

- **Laveuse-bouteilles** : une installation de lavage des bouteilles, avec l'eau chaude et la Soude.
- **Laveuse-casiers** : une machine de lavage des casiers
- **Inspection** : un opérateur détecte des défauts (cassures, impuretés, corps étrangers...), les Bouteilles détectées sont récupérées dans une caisse d'évacuation.
- **Mixeur** : une machine automatisée, elle sert à mélanger l'eau traitée et refroidie avec le sirop.
- **Soutireuse-boucheuse** : une machine de remplissage des bouteilles, équipée d'une machine de bouchage qui peut être une écapsuleuse ou une visseuse.
- **Dateuse (codage)** : une machine imprimante de la date de production et la date d'expiration de la boisson.
- **Encaisseuse** : une installation qui place les bouteilles pleines dans les casiers.

Guide d'entretien.

Le Rôle De Marketing International Face Au Lancement D'un Produit

Référence de question	Question	La réponse
1	Quelles sont les missions générales de votre service ?	<p>« Glacières COUBECHE SARL » et «CID» ont pour objet l'importation et la distribution en gros et en détails de biens agroalimentaires et autres biens de consommation courante.</p> <p>A cet effet, la société dispose d'une plateforme logistique, située à Boulaos, offrant 2 300m³ de chambres froides et, plus de 6800 emplacements palette ainsi que de 3 supermarchés et un hypermarché.</p>
2	Quelle sont vos tâches personnelles et comment vous vous planifier afin de mener à bien ces dernières.	<p>Les Ets Coubeche Sarl ont cette fois-ci choisi, dans le cadre de la protection de l'environnement et de la réduction de l'émission de gaz (CO₂) à effet de serre, un système de traitement des eaux usées dit « à boue activée » communément nommée SBR : Réacteur Biologique Séquentiel. Une filtration sur grille-courbe est réalisée à l'arrivée des effluents dans la station. Elle permet d'éliminer tous les déchets solides.</p>
3	Quelles aptitudes et attitudes doivent avoir une responsable marketing ? Est-ce que l'écoute est un élément fondamental pour gérer une équipe ?	<p>Sa curiosité naturelle et son ouverture vers les autres cultures lui permet de concevoir des produits innovants qui mobilisent des connaissances diverses. Doté d'un bon sens de l'observation et de l'analyse, le responsable marketing est capable de réaliser les changements de modes de consommation.</p> <p>%Avec un bon esprit d'équipe, il sait parfaitement motiver tous ses collègues pour atteindre un objectif commun. Son aisance relationnelle lui permet de faire facilement adhérer les membres de son équipe. Il sait également être autonome pour étudier le budget nécessaire pour chaque projet.</p>
4	Votre stratégie de marketing vise-t-elle le moyen-long terme	<p>Mission de marketing pour la partie distribution du groupe Coubèche en travaillant là aussi sur plusieurs volets : communication, développement</p>

Le Rôle De Marketing International Face Au Lancement D'un Produit

	? Comment les mettez-vous en place ?	du programme de fidélité, création d'un planning commercial, gestion de différents projets (foire internationale de Djibouti, aide à la plateforme d'achat, uniformisation de l'affichage, etc.)
5	Qui s'occupe de l'application de la stratégie en phase opérationnelle ?	Glacières COUBECHÉ SARL » développe autour de l'activité commerciale du Groupe en important et distribuant en gros et en détail des produits agro-alimentaires de renommée internationale dont elle a la représentation. A cet effet, la société dispose d'une plateforme logistique, située à Boulaos, offrant 4 300m ³ de chambres froides et, plus de 3 000 emplacements palette ainsi que de 3 supermarchés et un hypermarché.
6	Selon vous, quelle est l'importance d'un nouveau produit pour une entreprise et en particulier pour coubeche ?	Les Ets Coubeche disposent de matériels adaptés pour réussir tous vos événements. Nous proposons à nos clients la mise en place gratuite (sous réserve de disponibilité) de stands, isothermes, pompes à sodas et de départ, cérémonies ou réunions sportives (type marathon du Grand Barah), une équipe est spécialement dédiée pour vous aider.
7	Quelles sont les mesures prises par les directions commerciales pour assurer une meilleure réussite du lancement de Fanta grenadine ?	Des saveurs Fanta très différentes et quelques sortes étonnantes ont été créées dans le monde entier. L'original, Fanta Orange, est disponible presque partout - à quelques petites différences près. Il existe également Fanta Pineapple, Fanta Watermelon et Fanta Peach. Sur le marché depuis 1968, Fanta Orange est en l'occurrence la saveur la plus ancienne et la plus appréciée en Chine
8	Comment selon vous la société assure-t-elle la gestion des plaintes de clients ?	Oui la société assure sa gestion de plaintes de clients puisqu'elle supervise et rassure que la clientèle est au top de tous leurs besoins

Le Rôle De Marketing International Face Au Lancement D'un Produit

9	Que pensez-vous de Fanta grenadine ? Et comment les clients ont-ils réagi face à ce produit ?	Le Fanta grenadine est un produit de Fanta orange avec un sirop de grenadine qui est d'une concentration sucre. Et ses clientèles adorent boire grâce à sa saveur sucrée et la couleur que ça laisse sur la bouche.
10	Selon vous quels sont les moyens que la direction devrait mettre en place pour assurer une position sur le marché djiboutien ?	C'est d'assurer le planning de fournir les besoins et la satisfaction de clients dans le marché djiboutiens.
11	Qu'est-ce qui vous motive le plus dans l'exercice de votre profession ?	Les motivations sont de pouvoir évoluer la croissance de notre produit dans le monde entier et surtout celui de notre pays afin qu'elle soit connue dans le monde comme un exploit en Afrique.
12	Quels sont les outils et stratégies que vous utilisez pour être efficace et efficient ?	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Glacières COUBECHÉ SARL » développe autour de l'activité commerciale du Groupe en important et distribuant en gros et en détail des produits agro-alimentaires de renommée internationale dont elle a la représentation. ➤ Les « Etablissements COUBECHÉ SARL » représentent la branche industrielle du Groupe. Ils sont concessionnaires COCA-COLA depuis 1964 et sont spécialisés dans l'embouteillage et la production de boissons gazeuses et d'eau minéralisée CRYSTAL faisant partie du panel des produits homologués par The Coca-Cola Company. ➤ Coubèche International Distribution : Entité créée en 2017 qui gère le développement des franchises Géant, Beauty Succès et La Grande Récré, situées dans le Bawadi Mall de Djibouti.

Le Rôle De Marketing International Face Au Lancement D'un Produit

13	Avez-vous une stratégie marketing pour vos clients actuels ?	Oui notre stratégie nous permet de leur fournir les tout dernières créations produites et les suivre dans leur besoin initial lors de notre accord.
14	Quel est le clientèle-cible principale ?	Les restaurants, les hôtels, les supermarchés, les casinos, les boutiques.

DEUXIEME PARTIE :
PRESENTATION DU METIER

II PRESENTATION DU METIER

Le responsable de marketing international est chargé de mettre en place des plans marketing export ainsi que des actions de communication susceptibles de promouvoir les produits à l'étranger et de définir la politique marketing à adopter à l'international, selon les continents et les pays dans lesquels sont situés les actuels et futurs partenaires de son employeur.

Le Responsable marketing international doit ainsi connaître les attentes des clients ainsi que ceux des concurrents.

A. Les missions du responsable de marketing international

Les responsables de marketing international tiennent un rôle très important au sein d'une entreprise. Il a pour rôle de définir les stratégies commerciales et les stratégies de marketing international d'une entreprise et lance de nouveaux produits adaptés au développement.

Pour assurer cette mission comme elle se doit, le responsable marketing international doit réaliser des analyses sur les marchés internationaux afin d'identifier d'éventuelles opportunités à saisir conformément aux orientations stratégiques de l'entreprise qui l'emploie. Il met en place un planning prévisionnel pour promouvoir les produits de son entreprise à l'international et les faire connaître à travers un large public étranger. Il faut également qu'il fasse de la veille concurrentielle.

Dans le cadre de ses fonctions, le responsable marketing international doit accomplir les missions suivantes :

- Faire de la veille concurrentielle,
- Analyser le marché international et identifier les opportunités à saisir
- Mise en place et planification des campagnes promotionnelles de produits à l'étranger,
- Mise en place de plans marketing export,
- Élaboration et mise en œuvre d'actions de communication,
- Amélioration et optimisation des actions marketing de l'entreprise,
- Maintenir de bons termes avec les partenaires locaux et internationaux.
- Formation d'équipes de vente et management d'équipe sur le terrain également
- Gestion du budget alloué au marketing international (plagier a modifié).

B. Compétence et qualité pour devenir responsables de marketing international

Un directeur marketing international doit être expérimenté dans de nombreux domaines, il doit donc posséder de nombreuses compétences et connaissances en marketing, commerce, négociation, finance et droit.

Il doit être capable d'analyser son marché, de synthétiser ces données et de prendre des initiatives et solides connaissances en commerce international.

C. Les formations à suivre pour devenir un responsable marketing international.

Pour être capables d'exercer ce métier il faut au minimum d'un Bac+5, et idéalement sortir d'une Ecole Supérieure de Commerce, une Ecole d'Ingénieur ou un Master Pro dans une spécialisation en master marketing, communication ou management.

Il faudra compter sur un minimum de 5 ans d'expérience, même s'il faudra le plus souvent accumuler 10 ans d'expérience.

La maîtrise de plus de deux langues étrangères, dont un anglais impeccable, et avoir voyagé et travaillé dans d'autres pays sont des atouts plus qu'appréciables.

D. Les débouchés du métier et ses évolutions professionnelles

Le responsable marketing est chargé d'élaborer les stratégies de marketing international et les stratégies commerciales d'une entreprise. Il peut exercer au sein d'une entreprise, une agence de promotion et de marketing direct, une organisation humanitaire ou bien un organisme d'études et sondage.

Avec de l'expérience, le responsable marketing international peut passer directeur marketing international. De plus, il a la possibilité de changer de secteurs d'activité, car ses compétences sont nécessaires dans tous types d'entreprises. C'est le cas par exemple du secteur numérique.

Le responsable marketing est un profil recherché par les entreprises souhaitant optimiser leur vente. Les débouchés sont donc bien réels pour les plus talentueux.

E. INCONVENIENT DU METIER

L'une des plus grands inconvénients des métiers d'un responsable de marketing international est de demander de résultat plus vaste que leurs offres, les effets qu'aujourd'hui surtout dans les pays africain le responsable de marketing international a pu des moyens demande beaucoup des résultats.

Les majeures parties des entreprises ont souvent des activités commerciales. Mais bien au-delà des considérations internes, le degré approprié de standardisation du politique marketing dépend de l'environnement de l'entreprise à l'international

**TROISIEME PARTIE :
BILAN ET PERSPECTIVE**

Bilan

Le métier de responsable du marketing international est un métier où le professionnel doit s'attendre à répondre à beaucoup de questions. En effet, l'entretien avec le cadre de COUBECHÉ, a renforcé davantage mon envie d'exercer cette fonction. Il est toutefois constatable que certains aspects moraux, émotionnels et psychologiques qui ont été accentués lors de mes questionnements me pousseront à davantage travailler sur ma capacité à garder ma concentration pendant longtemps et à toujours être attentif aux moindres détails. Car c'est un métier qui a une influence directe sur l'état actuel et futur d'une entreprise.

A. Connaissance de l'entreprise

Nous pouvons remarquer qu'à Coubèche, ils ne sont pas bien avancés dans le domaine marketing international car ils ne répondent pas vraiment aux besoins des clients.

COUBECHÉ est une entreprise nationale qui a vu le jour en 1885. Ce dernier emploie directement 630 personnes, Les sociétés du Groupe s'articulent autour de deux pôles principaux, l'un industriel et l'autre commercial.

Le responsable du marketing international s'occupe de toute l'activité commerciale de Glacières COUBECHÉ SARL et des Ets COUBECHÉ. Après les directives du Directeur Vente, il supervise l'application des décisions en veillant à l'importation et la distribution en gros et en détail des produits agro-alimentaires de renommée internationale dont le Groupe a la représentation.

Pour mener à bien cette mission, la société dispose d'une plateforme logistique, située à Boulaos, offrant 2 300m³ de chambres froides et, plus de 6800 emplacements palette ainsi que de 3 supermarchés et un hypermarché.

B. Enjeux du métier

Nous pouvons dire que le responsable Marketing International joue un rôle très important au sein d'une entreprise, il doit mettre en place un planning prévisionnel pour promouvoir les produits de son entreprise à l'international et les faire connaître à travers un large public étranger. Il faut également qu'il fasse de la veille concurrentielle.

La responsabilité d'un responsable marketing international est d'avoir un bon planning, de satisfaire les besoins des clients dans le marché.

Le Rôle De Marketing International Face Au Lancement D'un Produit

Perspectives

Le marketing international, est en grande partie une fonction de prise de décision. Les réalités dont certains cadres exerçant ce métier peuvent faire face, les aident considérablement quand ils sont demandés à prendre plus de responsabilités même si ces dernières ne correspondent pas forcément à leur rôle de prédilection.

Le responsable du marketing international doit établir la stratégie marketing à suivre et la politique commerciale à appliquer. Pour cela il doit connaître les besoins des clients et également la concurrence. Son rôle est plus stratégique qu'opérationnel, il doit être expérimenté dans de nombreux domaines et il doit donc posséder des nombreuses compétences et connaissances en marketing, commerce, négociation, finance et droit.

Nous voulons s'intéressé plus dans le domaine de marketing international pour améliorer notre compétence et qualités, on devient charismatiques, créatives, innovant, rigoureux, clair, curieux et prévoyant.

On doit avoir une aisance relationnelle et un sens de l'écoute, enfin on doit posséder du leadership, une vision globale, un sens commercial et une ouverture à l'internationale.

CONCLUSION

Dans le monde entier, les entreprises ont besoins d'un responsable marketing international car il gère plusieurs responsabilités très importantes au sein d'une entreprise.

La réaction du responsable marketing international face au lancement d'un produit est d'être plus compétent parce que, c'est une conquête d'une nouvelle marche, une nouvelle offre et de bien étudier les besoins des clients.

Le responsable marketing international doit mettre en valeur les produits ou services développés par l'entreprise et de proposer une stratégie marketing dont disposeront les politiques à mettre en œuvre dans les différents domaines du marketing et d'analyser la concurrence et l'avis du client pour mieux démarrer le lancement d'un produit.

Les réponses à notre recherche sur le responsable marketing international face au lancement d'un produit ont renforcé notre motivation, notre envie pour ce métier et a renforcé notre connaissance pour mieux avancer dans ce domaine.