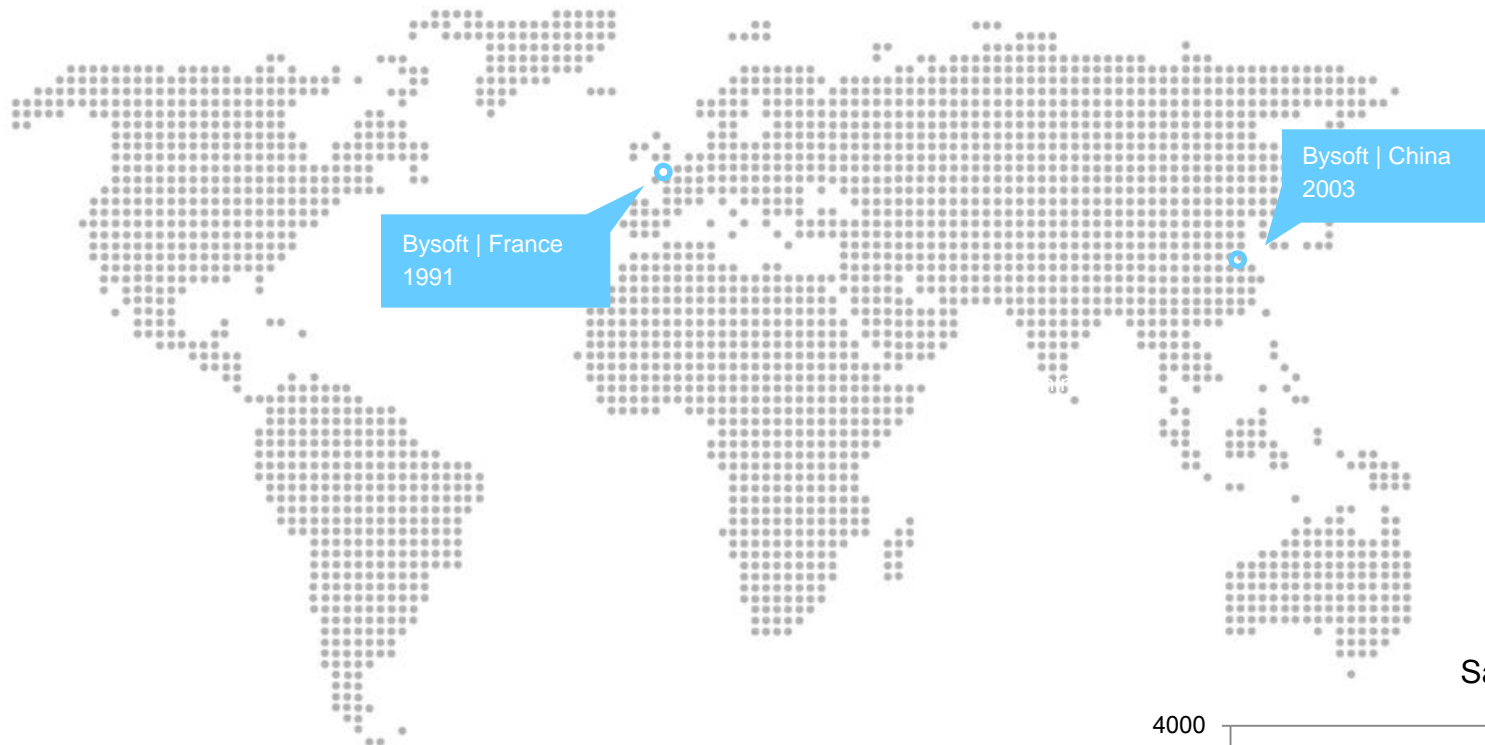


COMMENT COMMERCIALISER DES OFFRES DE SERVICES ? COMMENT GÉRER LES RESSOURCES HUMAINES ?



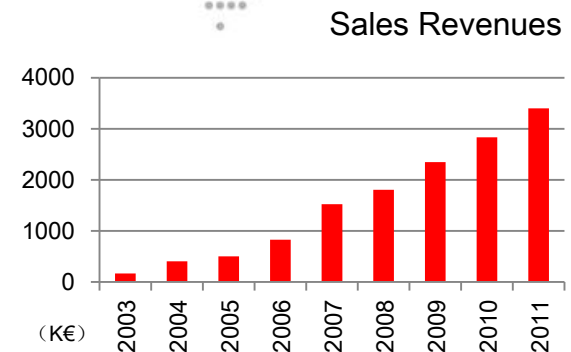
YOUR TRUSTED E-COMMERCE PARTNER IN CHINA



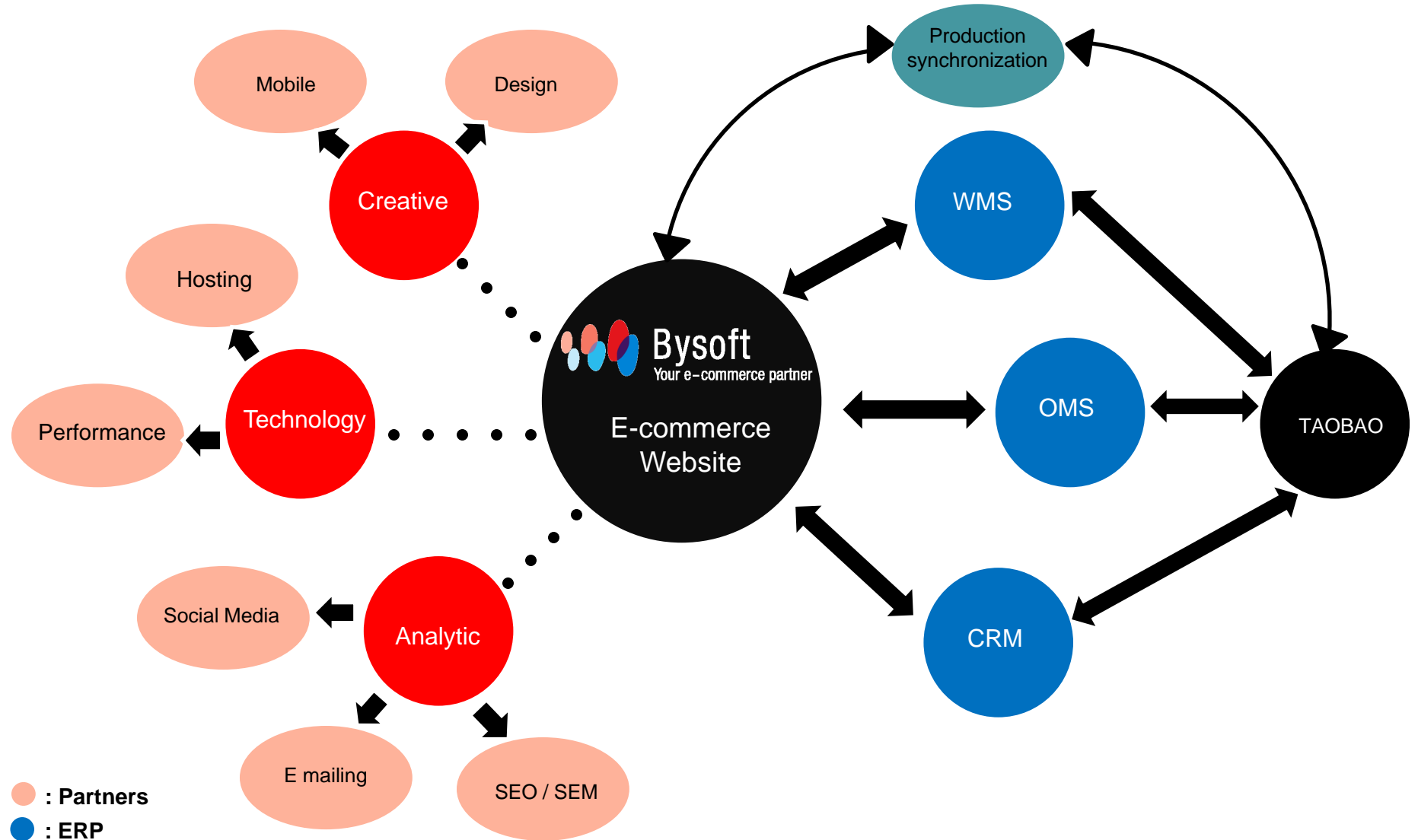


Our e-commerce experts at your service:

2 offices in Shanghai and Paris composed of 100 people









China e-Commerce Website
www.etam.com.cn



China e-Commerce Website
www.pull-in.asia



China e-Commerce Website
(Coming soon)



THE LUXURY CLUB
THE NEW WORLD OF STYLISH LIVING & SHOPPING

China e-Commerce Website
www.huisheshangcorp.com



Social media website
www.clickjia.com
China e-commerce Website
(Coming soon)



EVERYTHING FOR THE BUSINESS.

China e-Commerce Website
www.kaiserkraft.cn



Asia e-Commerce Platform
(Coming soon)



International Branding Website
www.carven.com



Taiwan e-Commerce Website
Consulting

COMMERCIALISATION D'UNE OFFRE DE SERVICES EN CHINE POUR UNE PME FRANÇAISE ?

CONSTATATIONS DE MARCHÉ :

- ✓ Marché très immature en B2B
- ✓ Achat de service comme un achat de produit
- ✓ Marché localisé principalement dans les grandes villes et en particulier Shanghai
- ✓ Accès très difficile aux marchés publics chinois sans partenaire locale (Joint Venture)
- ✓ Encore du « Tricky business » mais moins !
- ✓ Plus besoin de passer par HK pour attaquer le marché Chinois
- ✓ Des barrières administratives de moins en moins hautes à l'implantation
- ✓ Très mauvaise appréciation de la valeur du service en général

COMMERCIALISATION D'UNE OFFRE :

- ✓ Marché de niche ou en rupture ou en innovation
- ✓ La guerre des prix est perdue d'avance
- ✓ Une approche par « cluster » et zone géographique à privilégier
- ✓ Packaging des offres très fort
- ✓ Plus directif dans l'offre surtout venant d'une entreprise occidentale

LES « LEVIERS » POUR UNE PME FRANÇAISE :

- ✓ Le marché de entreprises étrangères implantées
- ✓ Bonne image de marque à priori
- ✓ Networking facile par la communauté
- ✓ Packaging des offres
- ✓ Plus directif dans l'offre surtout venant d'une entreprise occidentale

GESTION DES RESSOURCES HUMAINES EN CHINE POUR UNE PME FRANÇAISE DE SERVICES ?









LA CADRE ACTUEL

- ✓ La législation n'est suivie complètement que par les entreprises étrangères !
- ✓ Différentiel de cout de main d'œuvre important entre les régions
- ✓ Très grande disparité des salaires à expérience et formation équivalente
- ✓ Les étrangers ne sont pas chers pour le moment..
- ✓ Semaine de 5 jours / 40 Heures / Peu de jours de congés payés

DIFFICULTÉS

- ✓ Guerre des talents !
- ✓ Beaucoup de diplômés mais très peu de qualité dans nos métiers techniques jeunes
- ✓ TurnOver : un réel frein à la croissance
- ✓ Inflation des salaires
- ✓ Gros effort de formation à fournir par l'entreprise sur des services innovants
- ✓ Ne jamais prendre de stagiaires chinois !
- ✓ Le « middle & top management » coûte cher
- ✓ Beaucoup de coûts de RH en comparaison à la France

LES « LEVIERS »

-  Image de marque
-  Formation continue
-  Package salarial complet
-  L'apprentissage de l'anglais
-  Les projets innovants
-  Les clients étrangers
-  Siniser les équipes le plus possible pour le marché des entreprises chinoises
-  De plus en plus de chinois formés à l'étranger pour les métiers du service

ALORS, FAUT-IL Y ALLER ?

OUI MAIS...

- ✓ Marché en croissance
- ✓ Barrière de la langue
- ✓ Une partie du marché n'est pas prête à payer pour le service
- ✓ Trouver un partenaire et le contrôler au quotidien
- ✓ Bien s'entourer et déléguer la partie administrative => Focus sur son business
- ✓ Complexe et cher de sortir de bénéfices en devises de Chine
- ✓ Quelques années de retard en B2B => Des opportunités à saisir
- ✓ C'est long !