

La stratégie du marketing

L'entrepreneur qui conçoit un plan avec soin atteint sans encombre une augmentation des chiffres de vente et d'affaires. Par ailleurs, il utilise son personnel et ses ressources matérielles de façon plus rentable. La conquête du marché américain de l'alimentation est ardue et elle exige de l'exportateur une ténacité sans défaillance. Un travail préliminaire consciencieux facilitera votre tâche et consolidera vos efforts.

Pour réussir une stratégie de marketing il faut tout d'abord étudier l'ensemble du problème à fond et réunir les éléments essentiels à savoir:

- faire la liste de vos objectifs. Qu'attendez-vous des clients, des fournisseurs, des employés, des crédateurs etc.?
- analyser le rendement de votre entreprise, la situation économique actuelle, les prévisions du marché alimentaire ainsi que de l'industrie et du commerce en général.
- évaluer les faiblesses et les ressources de votre entreprise. Votre analyse doit refléter avec exactitude l'état actuel de sa compétence en matière de gestion, de ses méthodes de marketing, de la qualité de ses produits, des moyens dont elle dispose pour s'approvisionner et de sa compétitivité.
- examiner les informations que vous avez compilées (cf. la section sur les préparatifs). Vous devez savoir ce que le marché peut absorber;
- fixer vos objectifs, les prix en dollars américains (coût total à la livraison plus le bénéfice) de la marchandise et définir les profils du représentant ainsi que du négociant les plus adéquats;
- déterminer les investissements que vous devrez assurer pour subvenir aux dépenses de capital, d'installation d'un bureau de vente, de distribution, de publicité, de participation aux foires commerciales et de personnel;
- prévoir un service après-vente; et enfin
- établir un programme d'action y compris un calendrier détaillé des dates optimales et des échéances que vous devez respecter pour atteindre les objectifs que vous avez formulés. Il faut aussi créer un système qui contrôlera et évaluera les progrès de votre entreprise dans son programme d'action.

La planification du marketing

A partir de votre évaluation, vous devrez préparer votre plan de marketing avec le concours d'un groupe restreint qui représentera les fonctions-clés de votre entreprise. Il vous faudra en particulier:

- définir le marché que vous aurez choisi, la ligne des produits, l'éventail des prix, les modalités de distribution et la campagne publicitaire;
- déterminer la capacité et le coût de la production pour ce marché;