



CHOIX D'UNE STRATÉGIE D'ENTRÉE SUR LE MARCHÉ



Sur les marchés d'exportation, la réussite dépend de nombreux facteurs. Ainsi, les fabricants cherchant une méthode sûre pour la commercialisation et la distribution de leurs produits à l'étranger pourront opter pour les services d'un intermédiaire, la vente directe ou le partenariat. Quant aux exportateurs de services, ils devront choisir un mécanisme qui leur permette de nouer et d'entretenir des relations dans le pays visé; pour cela, ils devront normalement assurer une présence sur le marché.

Les futurs exportateurs auront avantage à tenir compte des caractéristiques et de la réglementation propres au marché-cible pour choisir leur stratégie d'entrée. Ainsi, pour des marchés relativement faciles d'accès comme celui des États-Unis, la vente directe est probablement une option valable. Pour d'autres marchés, à cause des différences culturelles, de la complexité des pratiques commerciales et d'un contexte juridique peu familier, il est souvent préférable de trouver un partenaire sur place.

INTERMÉDIAIRES

Faire appel aux services d'un intermédiaire – agent, distributeur à l'étranger ou maison de commerce canadienne – est probablement la meilleure stratégie pour la plupart des nouveaux exportateurs.

Agents et représentants

Moyennant une commission payée par l'exportateur, l'agent reçoit les commandes des clients étrangers. Le représentant est un agent spécialisé qui est généralement en activité dans une région donnée et qui offre à sa clientèle divers produits d'un même domaine.

Tant les agents que les représentants sont habilités à conclure des marchés avec des clients étrangers pour le compte de l'exportateur canadien. Travaillant habituellement à commission, ils sont payés une fois la marchandise vendue.

Grâce à l'entente conclue avec un agent ou un représentant à l'étranger, les exportateurs canadiens disposent sur place d'une équipe de vente bien renseignée sur le marché. Pour l'exportateur, c'est une solution moins coûteuse que de mettre sur pied sa propre équipe; en outre, grâce à cette formule, il peut effectuer de nombreuses visites de vente et il conserve un droit de regard sur les produits et les prix, ce qui constitue un net avantage.

Un bon agent ou représentant à l'étranger peut offrir une multitude de services aux nouveaux exportateurs : renseignements sur le marché, conseils en matière de financement et de transport, dédouanement, établissement de relations avec des clients éventuels, recouvrement des créances et renseignements