

PRODUITS, SERVICES ET MARCHÉS

On dit que peu importe ce que vous produisez, si c'est le meilleur produit en son genre, on se l'arrachera. De nombreux produits et services canadiens sont considérés comme les meilleurs au Canada comme ailleurs.

Les Canadiens ont donné au monde le pabulum, le rouleau à peinture, l'insuline, le téléphone, les flocons de pommes de terre instantanés, le stimulateur cardiaque et, bien sûr, le jeu. Quelques arpents de pièges.

Vous savez bien que toute transaction comporte deux éléments clés : avoir quelque chose à vendre et quelqu'un pour l'acheter.

Avoir quelque chose à vendre

Faites le point sur la situation de votre entreprise pour savoir si vous êtes prêt à exporter en procédant à une évaluation critique de vos produits dans un contexte global. Commencez par vous poser les questions suivantes :

- Qui utilise déjà mon produit ou service? Est-il utilisé sur une grande échelle ou n'intéresse-t-il qu'un groupe particulier pour des raisons socio-économiques? Est-il surtout utilisé par un certain groupe d'âge?
- Y a-t-il des modifications à y apporter pour qu'il intéresse des clients sur un marché extérieur?
- Certains facteurs climatiques ou géographiques influent-ils sur son utilisation? Dans l'affirmative, lesquels?
- Quelle en est la durée de conservation? Le temps de transit risque-t-il de la réduire?
- Y a-t-il des frais d'exploitation? Dans l'affirmative, quels sont les équipements ou services supplémentaires que le client doit se procurer?
- Le produit doit-il être préalablement monté par des techniciens? Requiert-il une habileté technique particulière?

- L'emballage est-il particulièrement coûteux? Peut-il être modifié pour satisfaire aux exigences de clients étrangers? Le produit requiert-il une documentation spéciale? (Il faut ajouter ces coûts au prix unitaire pour déterminer si vous pouvez ou non exporter à un prix concurrentiel.)
- Le produit est-il assujéti à des normes techniques ou à une réglementation spéciale? (Celles-ci peuvent varier d'un pays à l'autre.)
- Un service après-vente est-il nécessaire? Est-il offert sur place ou est-ce à moi de le fournir? Dans ce cas, ai-je les ressources pour le faire?
- Est-il facile de l'expédier? Les frais d'expédition feront-ils augmenter les prix au point de rendre mon produit moins concurrentiel?
- Puis-je servir à la fois mes clients canadiens et mes nouveaux clients étrangers?
- Si la demande au Canada augmente, serai-je en mesure de continuer à répondre aux demandes de mes clients étrangers?

Rechercher l'information nécessaire pour répondre à certaines de ces questions peut prendre du temps. Vous pouvez obtenir de l'aide auprès de sources locales, notamment les bibliothèques publiques ou celles des écoles postsecondaires, les organisations à vocation exportatrice, les ministères ainsi que d'autres exportateurs. Avec leur aide, vous aurez une meilleure idée des possibilités d'exportation de votre entreprise.