



# Les produits et les marchés

**P**our vendre un produit, dans quel que endroit que ce soit — qu'il s'agisse d'une tondeuse à gazon que vous voulez vendre à votre voisin ou d'aéronefs destinés à une compagnie aérienne située au diable vauvert — il faut compter avec deux principes fondamentaux : avoir quelque chose à vendre et, quelque part, quelqu'un pour l'acheter. Ces deux éléments sont indissociables; en l'absence de l'un d'eux, il ne peut y avoir de vente.

En tant que futur exportateur, vous devrez donc commencer par déterminer lequel de vos produits se prête le plus à l'exportation et quel pays offre les débouchés les plus prometteurs.

Il convient également de noter qu'un produit n'est pas nécessairement un objet que vous pouvez voir, entendre, toucher ou sentir. Les idées, les techniques, les procédés, le savoir-faire, l'expérience et autres connaissances sont des produits précieux qui peuvent être vendus à des clients qui ne les connaissent pas encore.

## Évaluation du produit

Vous devriez commencer par faire le point sur la situation de votre entreprise pour savoir si vous êtes prêt à exporter en faisant une évaluation critique de vos produits dans un contexte global. Vous devriez vous demander :

- Qui utilise votre produit? Est-il largement utilisé ou n'intéresse-t-il qu'un groupe socio-économique en particulier? (Déjà, vous aurez éliminé certains marchés.)
- Certains facteurs climatiques ou géographiques influent-ils sur l'utilisation de votre produit? Dans l'affirmative, lesquels?

En tant que futur exportateur, vous devrez commencer par déterminer lequel de vos produits se prête le plus à l'exportation et quel pays offre les débouchés les plus prometteurs.

- Quelle est la durée de conservation de votre produit? Le temps de transit risque-t-il d'en altérer la qualité?
- Des frais d'exploitation s'appliquent-ils à votre produit? Dans ce cas, quels sont les équipements ou les services supplémentaires que le client doit acheter avant de pouvoir l'utiliser?
- Votre produit doit-il être préalablement monté par des techniciens? Requiert-il une technique particulière?

- Faut-il spécialement l'emballer? Ou doit-il être accompagné d'un mode d'emploi? (Dans ce cas, ces frais doivent être pris en compte pour déterminer si vous pouvez ou non exporter ce produit à un prix compétitif.)
- Votre produit fait-il l'objet de normes techniques ou de règlements qui peuvent être différents de ceux du Canada ou varier d'un pays à l'autre?
- Compte tenu de vos réponses aux questions précédentes, faudrait-il adapter votre produit pour l'écouler sur les marchés cibles? L'adaptation de votre produit serait-elle difficile ou simple à réaliser? Y a-t-il d'autres marchés pour lesquels les besoins d'adaptation sont moindres ou inexistantes?
- Qu'en est-il du service après-vente? Ce service est-il nécessaire? Est-il offert sur place ou est-ce à vous de le fournir? Dans ce cas, êtes-vous en mesure de le faire?
- Est-il facile d'expédier votre produit? Les frais d'expédition feront-ils augmenter les prix au point de rendre vos produits moins concurrentiels?
- Parmi les pays qui figurent sur votre liste de marchés potentiels, en est-il où votre produit ne serait pas accepté à cause de la saturation du marché local, des restrictions à l'importation ou des contraintes politiques? Votre type de produit se heurte-t-il à des traditions religieuses ou culturelles? (Par exemple, les côtelettes de porc congelées les plus succulentes ne trouveront pas de débouchés dans la plupart des pays du Moyen-Orient.)