

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 sont considérés comme les meilleurs à l'intérieur et à l'extérieur du Canada.

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.

En tant que personne d'affaires, vous savez qu'il y a deux processus de vente fondamentaux : 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 faisant une évaluation critique de vos produits dans un contexte global. Commencez par vous poser les questions suivantes :

- Qui utilise déjà votre 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?
- Quelles modifications faut-il y apporter pour qu'il attire des clients sur un marché extérieur?
- Certains facteurs climatiques ou géographiques influent-ils sur l'utilisation de votre produit? Dans l'affirmative, lesquels?
- 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?
- Votre produit doit-il être préalablement monté par des techniciens? Requiert-il une technique particulière?
- Faut-il spécialement l'emballer? Doit-il être accompagné de documentation? Il faut ajouter ces coûts au coût unitaire pour déterminer si vous pouvez ou non exporter à un prix concurrentiel.
- Votre produit fait-il l'objet de normes techniques ou de règlements? Ceux-ci peuvent varier d'un pays à l'autre.

Le succès sur les marchés d'exportation demande une implication totale dans la compréhension des produits, du marché et des différences culturelles.

A.G. Bykhovsky, président, Noranda Forest Sales Inc., Toronto, Ontario, lauréat en 1987 d'un Prix d'excellence à l'exportation canadienne

- Un service après vente est-il nécessaire? Est-il offert sur place ou est-ce à vous de le fournir? Dans ce cas, avez-vous les ressources pour 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?

- Serez-vous capable de servir à la fois vos clients canadiens et vos futurs clients étrangers?
- Si la demande au Canada augmente, serez-vous en mesure de répondre aux demandes de vos clients étrangers?

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

Quelque part pour le vendre

Une fois que vous aurez choisi le produit ou le service à exporter, il vous restera à réfléchir aux marchés d'exportation éventuels.

Vous arriverez certainement à dresser rapidement une liste de pays. Vous choisirez probablement un mélange de pays : ceux que vous connaissez le mieux parce qu'ils ressemblent au Canada des points de vue linguistique et culturel, ainsi que ceux qui importent des produits canadiens.