

CHAPITRE 12 : DES CONCLUSIONS À TIRER

BÂTISSEZ UNE ÉQUIPE

Pour lancer une campagne d'exportation, il est essentiel d'obtenir l'engagement des employés qui seront chargés de la mettre en œuvre. Quel que soit leur niveau dans la structure, ils doivent être bien intégrés au processus et renseignés au sujet des raisons pour lesquelles la société prend l'initiative d'exporter, du rôle que doit jouer chaque personne, des avantages que la société voudrait en tirer et de ce que chaque participant peut s'attendre à en retirer. Il s'agit d'une première étape en vue de l'adoption d'une mentalité axée sur l'exportation au sein de la société.

L'équipe devrait idéalement comprendre plusieurs secteurs fonctionnels et des capacités suffisantes pour s'assurer qu'elle peut réagir efficacement à toutes les questions qui peuvent surgir. Dans les plus petites entreprises, du moins au cours des premières étapes de la campagne d'exportation, il est plus réaliste de parler d'une seule personne qui sera chargée de la gestion du programme d'exportation. Souvent, dans les petites entreprises, le propriétaire sera la personne qui s'en occupera.

Quel que soit le nombre de personnes qui participent au programme, il est essentiel que soit nommé un dirigeant possédant l'autorité nécessaire pour faire bouger les choses et la persistance qu'il faut pour concrétiser le projet. Cette personne devra tenir compte des nuances culturelles du marché cible et posséder des aptitudes interpersonnelles évidentes pour rapprocher les gens et établir des relations fructueuses.

L'IMPORTANCE DE FAIRE DES ESSAIS

La meilleure façon de mettre en œuvre de nombreuses initiatives commerciales de grande envergure consiste à prévoir une série d'étapes réalisables. Prises isolément, ces étapes ne font pas courir de risques à l'entreprise, mais comme elles se succèdent à un bon rythme, la société peut progresser rapidement vers son objectif. L'exportateur débutant, quant à lui, devrait commencer par un simple essai. Lorsque l'équipe a acquis plus d'expérience et d'assurance, elle pourra fixer des objectifs d'exportation plus ambitieux.

Après une première vente réussie, il est conseillé de revoir plusieurs aspects de la stratégie d'exportation et, au besoin, de réviser le programme d'exportation en tenant compte de l'expérience acquise. L'entreprise devrait alors se poser une série de questions critiques.