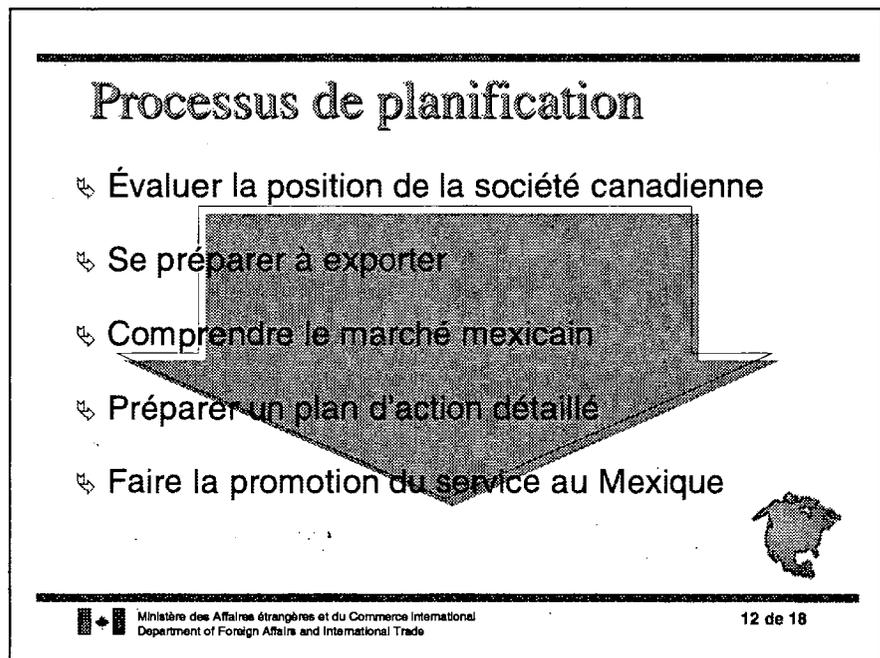


Il faut consacrer beaucoup de temps et de ressources à l'adaptation du produit et à l'élaboration d'un plan stratégique. Ce plan doit traiter de tous les éléments du processus de pénétration du marché ainsi que des objectifs et des normes qui permettront d'évaluer les résultats. Il doit aussi prévoir les mesures d'urgence et les réponses qui seront alors adaptées. Un tel plan doit également établir la distinction entre les éléments de l'entreprise qui sont adaptables et ceux qui ne le sont pas. Les exportateurs qui ont réussi ont constaté qu'il est possible de faire beaucoup de planification au Canada avant qu'une société n'engage des ressources rares au Mexique. Cette session présente, étape par étape, une approche à l'élaboration d'un plan stratégique.

## Le processus de planification



Le tableau ci-joint donne une liste des étapes à franchir pour l'élaboration d'une stratégie classique d'exportation. Par contre, le processus de planification est davantage traité en fonction des cinq grandes activités qu'il suppose :

1. l'évaluation de la position de la société canadienne;
2. devenir prêt à exporter;
3. comprendre le marché mexicain;
4. préparer un plan d'action détaillé; et
5. faire la promotion du service au Mexique.