

- Déterminez vos objectifs de vente. Fixez vos prix (en tenant compte du profit et de tous les frais jusqu'à destination), et faites la liste des détaillants (grands magasins à succursales, regroupement de marchands indépendants, magasins spécialisés, boutiques) susceptibles de vendre vos produits.
- Calculez les sommes nécessaires pour les dépenses d'investissement, les salles de montre, le bureau de ventes, les représentants, la publicité, les foires commerciales et le personnel de votre « mission américaine ».
- Fixez-vous un délai minimum et un délai maximum pour réaliser vos objectifs.

Le plan de mise en marché

Une fois cette évaluation terminée, **établissez votre plan de mise en marché aux États-Unis**, avec l'aide d'un petit groupe d'employés affectés aux principales fonctions de votre entreprise.

- Délimitez le marché que vous visez; choisissez votre gamme de produits et de prix et vos réseaux de distribution. Précisez votre participation à la stimulation de la vente, de même que les services que vous offrirez à la clientèle.
- Réglez toutes les questions concernant l'accès au marché américain (droits de douane, frais de courtage, de transport, etc.).
- Fixez vos prix en dollars américains; pour ne pas compliquer les choses lorsque vos acheteurs recevront la marchandise, tenez compte des droits de douane et

autres droits au moment de la facturation.

- Déterminez la capacité et les coûts de production pour ce marché.
 - Constituez l'équipe de gestion dont vous aurez besoin — tant dans le domaine des stocks que de celui du service — pour soutenir la concurrence sur le marché que vous visez.
 - Soyez prêt à lancer vos collections sur le marché américain à l'aide de dessins de mode, d'échantillons de modèles et de tissus, etc., que vous présenterez aux acheteurs; assurez-vous que les articles que vous proposez correspondent à la bonne saison d'achat.
 - Réglez toutes les questions financières : conditions de vente, états fictifs des revenus et des dépenses et capitaux nécessaires.
 - Établissez votre cote de crédit aux États-Unis.
 - Prenez rendez-vous avec le délégué commercial du gouvernement du Canada dans la région choisie, pour discuter de votre plan de mise en marché; demandez-lui conseil sur le choix des représentants et des détaillants, les salles de montre et la stratégie de stimulation de la vente.
 - Soyez présent : demandez un numéro 800, nommez un représentant ou même, si c'est possible, ouvrez un bureau de vente ou une salle de montre.
- Avec ce genre de plan de mise en marché, vous aurez plus de chances de vendre vos produits aux États-Unis.