

3. LA RECHERCHE ET LA SÉLECTION DE VOTRE MARCHÉ CIBLE

Maintenant que vous êtes sur la bonne voie pour l'établissement du plan d'exportation

« Concentrez-vous sur votre marché et effectuez une recherche approfondie. Choisissez votre distributeur et précisez vos attentes mutuelles directement. Le plus important, c'est d'être confiant. La demande sera plus forte si vous disposez d'un bon produit ou service; d'ailleurs, le Canada a une excellente réputation pour la qualité et l'intégrité de ses produits et services. Les Canadiens sont bien appréciés sur la scène internationale et les gens sont intéressés à faire affaire avec nous.

Les possibilités de commerce sont là, mais nous devons adopter une attitude plus agressive et, lorsque nous avons trouvé une occasion d'affaire, nous devons être en mesure de la conclure. »

RÉCIPIENDAIRE D'UN PRIX D'EXPORTATION DU CANADA 1996, INDUSTRIE DU SPORT ET DU LOISIR

de votre entreprise, il est temps de faire une recherche et de choisir un marché cible pour votre produit ou votre service. Les entreprises commencent à exporter pour différentes raisons, mais peu importe votre motivation, une recherche approfondie sur le marché international est absolument nécessaire.

En quoi consiste la recherche du marché international?

Il s'agit tout simplement du processus visant à recueillir les données qui vous aideront à prendre de bonnes décisions de marketing à l'export. Une recherche de marché bien exécutée vous donnera une idée précise des facteurs politiques, économiques et culturels qui vous aideront à déterminer comment fonctionner dans votre marché cible.

Vous êtes déjà au courant d'une occasion dans un marché étranger, mais il vous faut des données précises afin de pouvoir en profiter. Il se peut aussi que vous ayez pensé à un marché cible et que vous vouliez obtenir

plus de détails sur la demande pour votre produit ou service. La recherche de marché vous aidera à comprendre ces besoins et ces occasions.

Par exemple, la recherche peut confirmer qu'une occasion existe réellement sur un marché particulier et vous aider à comprendre les particularités de ce marché. Elle peut aussi vous aider à mieux comprendre comment un nouveau

ÉVITEZ LES EMBÛCHES CULTURELLES EN FAISANT UNE RECHERCHE SÉRIEUSE

Avez-vous déjà entendu l'histoire de cette fabrique de vin qui a perdu plusieurs milliers de dollars pour avoir produit des étiquettes d'embouteillage rouges? Le produit, à destination du Japon, a été un échec total en raison de la couleur, de mauvais goût dans le contexte de la culture japonaise.

Ou encore de la mésaventure d'une campagne promotionnelle pour le lancement de chaussures sportives de la part d'un fabricant de pointe? Une annonce commerciale télévisée avait utilisé un membre d'une tribu africaine pour faire l'essai du tout nouveau modèle de chaussure et prononcer un commentaire dans sa langue maternelle. L'agence de publicité ne savait pas, avant que le produit soit lancé par des annonces publicitaires à l'échelle nationale, que les paroles du membre de la tribu, traduites en anglais, étaient peu flatteuses à l'égard du produit qu'il devait vanter! Toute question qui pourrait avoir un effet sur la vente de votre produit ou service devrait surgir lors de votre recherche de marché. Dans le cas contraire, votre projet d'exportation pourrait devenir une perle (peu reluisante) dont les gens rigoleront.