

Critères de pénétration du marché	Expor- tation	Propre filiale	Coentre- prise ou alliance stratégique	Attribution de licence ou franchisage	Investisse- ment
<b>Partenaires, fournisseurs et distributeurs</b>					
Qualité élevée disponible sur le marché visé	xx		xx		
Défense concurrentielle, trouver un partenaire			xx	x	x
Accès régional plus vaste	xx		xx	x	
Culture : appréciation des connaissances		xx	x		xx
Barrières élevées à l'entrée			xx	x	x
Contacts locaux très importants			xx		
<b>Considérations internes</b>					
<b>Produit ou service</b>					
Fortement différencié	xx	x		x	
Adapté	x	x	x		xx
Protégé	xx		x	x	
Marque de commerce	x	x		x	
Produit à plus faible coût			x		xx
Produit global	xx	xx		x	
<b>Opérations</b>					
Protégées	xx	xx			x
Investissement élevé nécessaire	xx	xx			
Faibles barrières à la pénétration			xx	x	x
Fort degré d'intégration avec les fournisseurs	xx	x			
Forte dépendance des fournisseurs	xx	x			
Inventaire élevé nécessaire		x	xx		x
Faible coût par poids volumétrique			x	x	xx
<b>Besoins en information et en service</b>					
Niveau élevé de services personnalisés	x	xx	x	x	xx
Connaissance élevée du produit nécessaire	x	xx			x
Service et soutien sur place nécessaires		xx	x		x
Renseignements et réactions fiables du client		xx	x		xx

*suite à la page suivante*