

- Quelle aide à la promotion offrent normalement les intermédiaires?
- Quels sont les principaux importateurs? Quelles sont leur réputation, leur efficacité et leur solidité financière?
- Est-ce que dans ce pays le type de distribution est imposé?
- Est-ce que le fait d'accorder un droit exclusif à un distributeur ou une agence améliore le potentiel du marché?
- Comment faut-il emballer le produit pour le transport?
- Quels sont les transporteurs auxquels il faut faire appel? Quels sont les coûts de transport? Quelle est la fréquence et la fiabilité des diverses méthodes de transport – sur place et à l'étranger – pour effectuer des livraisons dans ce pays?
- Quel est l'état des installations portuaires et des entrepôts?
- Est-ce qu'il y a sur ce marché un agent qui soit en mesure de fournir des services techniques satisfaisants?
- Les concurrents contrôlent-ils les canaux de distribution, rendant ainsi la pénétration du marché difficile?

5. La promotion

- Quelles sortes de support publicitaire trouve-t-on et quel en est le coût sur chacun des marchés? Lesquels sont le mieux adaptés aux produits?
- Que font les concurrents en matière de publicité? Quel pourcentage de leur marge brute consacrent-ils à la publicité et quels supports utilisent-ils?
- Où et quand ont lieu les salons professionnels et les expositions, et quelles possibilités offrent-ils?