

# 1. L'ÉVALUATION INTERNE

Les entreprises qui veulent commencer à exporter ou à accroître leurs exportations sur de nouveaux marchés étrangers consacrent en général un certain temps à l'évaluation de leurs propres capacités et de leurs propres ressources. Leur objectif est plus précisément d'acquiescer une connaissance de ce que l'entreprise fait bien. Cette analyse devrait aider le planificateur des opérations à comprendre les forces et les faiblesses de l'organisation. Elle devrait également aider à préciser l'orientation stratégique d'ensemble et contribuer à l'identification des marchés sur lesquels l'entreprise enregistre de bons résultats.

## LES PRODUITS ET LES SERVICES

- Dans quelle mesure votre produit ou votre service est-il unique?
- Est-il breveté ou protégé par une forme quelconque de brevet, de marque de commerce, de droits d'auteur, etc. ou avez-vous fait une demande de dépôt de nom commercial?
- Quelle est la part de l'innovation dans votre produit ou dans votre service?
- Quelles sont les caractéristiques uniques de votre produit ou de votre service? Sont-elles faciles à copier?
- L'adaptation de votre produit ou de votre service au client fait-elle partie intégrante de ce que vous vendez?
- Le prix est-il important? Que faites-vous pour réduire le vôtre? Y a-t-il des entraves à la pénétration?
- Quelle est l'importance de la technologie? Quels sont vos plans de recherche et de développement? Comment se comparent-ils à ceux des autres dans l'industrie? Avez-vous accès aux compétences dont vous avez besoin?

## L'EXPLOITATION ET LE PROCESSUS DE PRODUCTION

- Quelle est l'efficacité de vos processus de production et de vos activités internes? Par exemple, êtes-vous en mesure de produire et de livrer un produit moins cher que quiconque ou de meilleure qualité? Vos frais généraux sont-ils faibles? Réfléchissez-vous en permanence à de nouvelles façons de réduire vos coûts, d'améliorer la qualité ou le service?
- Vos processus internes sont-ils uniques? Sont-ils protégés d'une façon quelconque? Peuvent-ils être facilement copiés?
- Quelles sont les barrières auxquelles d'autres entreprises se heurteraient si elles essayaient de pénétrer votre créneau?
- Quelle est l'importance de la qualité, du prix, de la fiabilité ou de l'à-propos pour vos clients?
- Dans quelle mesure vos activités sont-elles bien intégrées avec celles des fournisseurs et des distributeurs? Cela est-il essentiel pour votre entreprise?