

Comment se tailler une place sur ce marché géant : quelques conseils pour faire des affaires aux États-Unis

1. Ciblez votre marché

La clé de la réussite : bien cibler son marché. En effet, les États-Unis ne constituent pas qu'un seul marché, mais cinq ou six régions dotées de circuits de distribution parfois très différents. Déterminez comment fonctionne, dans la région qui vous intéresse, le secteur dans lequel vous exercez votre activité. Prenez le temps de faire une évaluation approfondie de votre marché et concevez une stratégie marketing très bien ciblée.

2. Obtenez des études de marché

Pour pénétrer un marché étranger, encore faut-il que vous ayez de l'information commerciale sur celui-ci. Le site *Web InfoExport* (www.infoexport.gc.ca) vous fournira des renseignements sur les débouchés potentiels pour de nombreux produits et services.

3. Connaissez les procédures et règlements

Familiarisez-vous avec les exigences en matière de commercialisation et de marchandisage applicables à vos produits à tous les niveaux de gouvernement. Il y a des différences importantes dans la façon dont se font les affaires au Canada et aux États-Unis, et en dépit de la signature de l'ALENA et d'une libéralisation des échanges, il y a encore des obstacles qui peuvent limiter votre accès au marché américain, par exemple le principe « Buy american ».

4. Sachez établir vos prix

Les entreprises doivent donner leurs prix en dollars américains, incluant les frais de livraison. Il ne faut pas donner le prix FAB au point d'expédition au Canada. Les acheteurs et les distributeurs américains veulent que les produits soient livrés à leur porte, après que le fournisseur se soit occupé du dédouanement et de toutes les autres

formalités. Acquerrez les connaissances voulues dans le domaine des transports et du dédouanement afin de pouvoir établir les prix correctement et, ainsi, approvisionner vos clients convenablement.

5. Adaptez votre produit aux préférences des consommateurs

Le marché américain est tellement vaste qu'il ne sert à rien d'y proposer un produit si ce dernier n'est pas accompagné de documents promotionnels. Pour vous distinguer de vos concurrents, vous devez élaborer de la documentation sur vos produits, des outils promotionnels et de la publicité.

6. Sachez vendre

Pour connaître du succès sur le marché américain, il est absolument indispensable que vous sachiez établir les prix correctement et que vous ayez la capacité de livrer des volumes de marchandises souvent supérieurs à votre volume pour tout le marché canadien. Sachez que la faiblesse relative du dollar canadien ne vous donne pas automatiquement un avantage concurrentiel. Dans le cadre de votre stratégie commerciale, vous devez être prêt à dépenser de l'argent pour en faire.

7. N'oubliez pas d'inclure les relations avec les médias dans votre plan marketing

Des rapports de presse sur votre entreprise, dans les médias canadiens et américains, peuvent inciter les consommateurs à acheter votre produit, et des investisseurs à acheter les actions de votre entreprise. Un article dans une publication d'affaires réputée est considéré comme étant plus objectif et, par conséquent, plus fiable qu'une annonce. Il est clairement avantageux de retenir les services d'un communicateur professionnel.

8. Adaptez-vous à un autre genre de système de distribution

Aux États-Unis, les distributeurs et les représentants de fabricants sont indispensables pour faire des affaires. Les Canadiens ne sont pas très familiers avec cette notion « d'intermédiaire », mais ils doivent travailler à l'intérieur de ces réseaux s'ils veulent réussir.

9. Formez une alliance stratégique avec une autre entreprise

L'établissement d'une relation en bonne et due forme avec une entité qui partage vos objectifs et vos intérêts économiques (autrement dit, une alliance stratégique avec une autre entreprise, canadienne ou américaine) peut aider votre entreprise à trouver des clients, à exécuter des contrats et à soutenir la concurrence sur le marché international. Les bureaux commerciaux du Canada aux États-Unis peuvent vous aider à trouver un partenaire.

10. Soyez prêt à offrir un service après-vente et un soutien technique

Dans bien des cas, il sera plus avantageux pour votre entreprise de s'unir à une entreprise américaine (dans le cadre d'un partenariat, d'une licence ou d'une franchise), plutôt que d'essayer de desservir le marché à partir du Canada.

11. Faites des suivis, des suivis... toujours des suivis!

Abstraction faite d'Internet et du « Shopping Channel », les Américains préfèrent faire des affaires face à face. Pour être en demande, vous devez visiter vos clients : ils diront alors que vous donnez un bon service. Δ