



Deuxième étape —

les entreprises prêtes à exporter

Situation actuelle de l'entreprise : vous avez...

- une équipe de direction prête à développer les marchés d'exportation; votre plan d'entreprise cible des revenus d'exportation;
- des ressources humaines et du temps à consacrer à la conquête des marchés d'exportation;
- commencé à cerner des créneaux.

Principales mesures à prendre

- Choisir quelques marchés cibles (moins de cinq) et les étudier :
 - trouver de l'information au Canada sur les marchés et les créneaux;
 - adapter votre produit ou votre service aux caractéristiques et aux besoins observés sur les marchés cibles.
- Prendre des décisions sur l'exportation :
 - choisir la stratégie optimale pour percer le marché : exportation directe, licence ou coentreprise avec un producteur ou un distributeur étranger;
 - établir une politique de prix;
 - déterminer les options de financement ou le mécanisme de paiement à l'intention d'éventuels clients;
 - définir les services professionnels qui peuvent vous servir, p. ex. :
 - bureaux de comptables ou cabinets d'avocats;
 - transitaire;
 - courtier en douane.
- Entrer en rapport avec le délégué commercial du Canada et ceux des marchés cibles :
 - fournir une information complète sur votre entreprise, votre produit ou service et les objectifs que vous visez en ce qui a trait au marché;
 - confirmer les renseignements sur le marché obtenus au Canada;
 - demander une évaluation du potentiel de votre produit ou service sur le marché.
- Se rendre sur place (marché ciblé), p. ex., assister à des foires commerciales et mettre à l'essai des éléments de votre stratégie de développement de marché :
 - traduire dans la langue locale l'information sur l'entreprise, y compris les cartes professionnelles et les documents de promotion, et l'intégrer au matériel que vous utiliserez sur place;
 - rencontrer d'éventuels clients et définir leurs besoins;
 - repérer d'éventuels associés tels des agents, des distributeurs et des fournisseurs de service après-vente et les interroger;
 - recueillir de nouvelles données;
 - élaborer des options pour établir des circuits de vente et de distribution.

