

Si les ventes ont été restreintes à une clientèle locale ou à une seule région du Canada, l'entreprise ferait mieux de canaliser ses énergies vers la pénétration d'autres marchés régionaux canadiens. Il lui sera plus facile d'exporter une fois qu'elle aura obtenu du succès ailleurs au Canada ou dans les marchés limitrophes américains. Si l'entreprise a déjà exporté par intermittence ou si elle a effectué des ventes par l'entremise d'un intermédiaire tel qu'une société de commerce d'exploitation, elle possède peut-être l'expérience requise pour greffer l'exportation à ses affaires.

UN PRODUIT OU UN SERVICE CONCURRENTIEL

Pour déterminer si un produit ou un service peut être vendu à l'étranger, il faut tout d'abord évaluer ses forces et ses faiblesses concurrentielles dans ses marchés existants. Qui achète le produit ou le service sur le marché canadien? Quels besoins l'entreprise satisfait-elle chez sa clientèle actuelle? Quelle valeur y voient-ils? Quelles sont ses forces et ses faiblesses comparativement aux produits ou services concurrentiels sur le marché canadien?

Ces questions se trouvent au cœur de la demande actuelle pour le produit ou le service concerné. Si l'entreprise saisit mal ces éléments, il est presque certain qu'il lui sera difficile d'établir si le produit ou le service peut être transféré au Mexique.

Il est également essentiel de comprendre la concurrence. La compétitivité de l'entreprise sur les marchés existants dépend-elle du prix, de la qualité, de la rapidité, de la prestation ou du service après-vente? Peut-elle profiter de cet avantage concurrentiel au Mexique face à d'autres concurrents? Dans la négative, l'exportation risque fortement l'échec. Les concurrents canadiens actuels sont-ils aussi engagés sur le marché mexicain? Dans ce cas, ont-ils modifié leurs produits ou leurs services pour les adapter à ce marché?

Il faut également poser d'autres questions au sujet du produit ou du service avant de décider s'il peut être exporté. Par exemple, s'agit-il d'une technologie de pointe? Est-elle brevetée? Faut-il des connaissances ou une formation spécialisée pour réaliser le plein potentiel du produit? Des options ou accessoires sont-ils déjà vendus au Mexique ou faut-il les importer? Le service après-vente est-il nécessaire?

Il faudra peut-être modifier un produit en demande au Canada pour faire concurrence au Mexique. L'étiquetage doit être conforme aux exigences mexicaines. Il pourrait être nécessaire de changer le conditionnement en fonction des différences climatiques ou des préférences locales. Les produits doivent en outre respecter les normes mexicaines en matière de santé, de sécurité et d'environnement.