

d'exportation peuvent être dégagées :

- () - sans compromettre la position de l'entreprise sur le marché intérieur ni les perspectives à long terme
 () - seulement au risque de devoir renoncer à la position de l'entreprise sur le marché intérieur

1.16 Notre entreprise a une capacité de production suffisante pour remplir les commandes venant de l'étranger :

- () sans délai
 () dans un bref délai
 () avec un long délai

Tout un ensemble de facteurs permettent de faciliter l'entrée d'une entreprise sur le marché de l'exportation: l'aptitude des dirigeants à prendre des risques, l'expansion sur le marché intérieur, le recours à un personnel expérimenté et l'accès à des ressources financières suffisantes.

A toutes les questions suivantes (sections 2 à 5), répondez par Vrai, Faux, Ne sais pas ou Ne s'applique pas. Ne cochez qu'une réponse par question.

2. Motivation au sein de l'entreprise qui veut se lancer sur le marché extérieur

Les entreprises veulent pénétrer les marchés internationaux pour de multiples raisons. Veuillez indiquer dans quelles mesure les affirmations suivantes s'appliquent à votre entreprise.

- 2.1** Écouler ses produits intérieurs excédentaires.
2.2 Utiliser plus efficacement sa capacité de production.
2.3 Exporter en exécutant seulement des commandes non sollicitées.
2.4 En profiter uniquement pour essayer de compenser les fluctuations saisonnières du marché.
2.5 Mieux planifier l'expansion globale à long terme.
2.6 Prolonger le cycle de vie des produits existants.
2.7 Compléter les ventes intérieures par des ventes à l'exportation occasionnelles.
2.8 Réduire les risques à venir en diversifiant ses marchés.
2.9 Tirer parti d'une technologie et d'un savoir-faire exclusifs sur un marché plus large.
2.10 Améliorer le rendement global des investissements.
2.11 Acquérir des connaissances et de l'expérience applicables au marché national.

Question #	Vrai	Faux	Ne sais pas	Ne s'applique pas
2.1.	()	()	()	()
2.2.	()	()	()	()
2.3.	()	()	()	()
2.4.	()	()	()	()
2.5.	()	()	()	()
2.6.	()	()	()	()
2.7.	()	()	()	()
2.8.	()	()	()	()
2.9.	()	()	()	()
2.10.	()	()	()	()
2.11.	()	()	()	()

Plusieurs entreprises sont souvent tentées d'étendre leurs activités commerciales à l'étranger dans le but de trouver de nouveaux débouchés à leurs produits ou d'améliorer leur compétitivité. Les

difficultés qu'éprouve une entreprise sur le marché intérieur l'inciteront souvent à orienter ses activités commerciales vers l'étranger. A l'inverse, il sera quelquefois impossible de résister aux occasions d'affaires intéressantes qui se présentent à l'extérieur du pays. Quelles que soient vos motivations il demeure essentiel que vous mettiez au point une stratégie commerciale viable, qui définisse des objectifs précis de développement de votre marché cible.

3. Engagement ferme de la haute direction dans un plan d'exportation

Veuillez lire les affirmations suivantes et indiquer dans quelle mesure elles s'appliquent à votre équipe de direction actuelle.

- 3.1** Le personnel de direction entretient des doutes quant à la pénétration de l'entreprise sur les marchés étrangers.
3.2 Les ventes à l'exportation ne se feront que par l'entremise d'intermédiaires canadiens.
3.3 Un financement satisfaisant sera disponible pour le développement des marchés extérieurs.
3.4 La direction est prête à enregistrer un manque à gagner pendant la période de démarrage.
3.5 Les cadres supérieurs sont prêts à consacrer au moins 10 % de leur temps à l'expansion commerciale de l'entreprise à l'étranger.
3.6 Le développement des marchés extérieurs se fera d'après un plan stratégique de commercialisation.
3.7 La direction considère l'exportation comme une activité sporadique.
3.8 On entreprendra une recherche pour repérer les possibilités qu'offrent les marchés étrangers.
3.9 Le personnel de l'entreprise qui travaillera à l'étranger aura droit à des indemnités satisfaisantes.
3.10 La direction est prête à accepter une rentabilité à l'exportation plus faible à court terme.
3.11 La direction est prête à accepter une période de récupération de 3 ans ou plus.
3.12 La direction cherchera à établir des rapports internationaux à long terme.

Question #	Vrai	Faux	Ne sais pas	Ne s'applique pas
3.1.	()	()	()	()
3.2.	()	()	()	()
3.3.	()	()	()	()
3.4.	()	()	()	()
3.5.	()	()	()	()
3.6.	()	()	()	()
3.7.	()	()	()	()
3.8.	()	()	()	()
3.9.	()	()	()	()
3.10.	()	()	()	()
3.11.	()	()	()	()
3.12.	()	()	()	()

Pour que votre entreprise réussisse à pénétrer avec succès les marchés de l'exportation, il est indispensable que la haute direction s'engage à surmonter les difficultés que comporte initialement cette aventure. Elle doit être prête à consacrer à ce projet un financement suffisant et toute sa compétence organisationnelle.

S'établir sur les marchés extérieurs demande souvent plus de temps et d'efforts que sur le marché intérieur, et les cadres supérieurs