

ces derniers, y compris leurs réseaux de distribution et le niveau de satisfaction de la clientèle.

- Comparez votre ou vos produits avec les produits semblables offerts sur le marché : notez les raisons pour lesquelles votre produit est susceptible de bien se vendre et les aspects que vous pourriez améliorer, changer ou adapter.
- Visitez une foire commerciale où est faite la promotion de la même gamme de produits que celle que vous offrez afin d'y analyser les méthodes de vente et le choix d'articles de promotion offerts et voir quels sont les meilleurs agents et les principaux acheteurs.
- Établissez un plan de mise en marché adapté au marché américain.
- Réglez toutes les questions concernant l'accès au marché américain (droits de douane, frais de courtage, coût de transport, etc.).
- Établissez le coût de vos produits en dollars américains et tenez compte dans votre facturation des droits de douane et autres droits ou frais de passage de frontière, de façon que votre client n'ait pas à affronter de tracasseries administratives.
- Réglez toutes les questions financières : conditions de vente, *pro forma* des revenus et des dépenses, capitaux requis.
- Obtenez une cote de crédit aux États-Unis.

- Rencontrez le délégué commercial du Canada en poste dans la région où vous avez choisi d'offrir votre produit afin de recevoir ses conseils quant au choix de distributeurs, fournisseurs, détaillants et clients éventuels ainsi qu'à la stratégie publicitaire la plus pertinente.
- Assurez une présence aussi grande que possible en ayant une ligne « 800 » et même, si possible, un bureau de ventes.

La stratégie commerciale

Un bon plan de commercialisation vous aidera à augmenter vos ventes et vos profits et à faire une utilisation plus judicieuse du personnel et des ressources dont vous disposez. Le marché américain des produits de l'automobile est difficile à percer et les entreprises qui le lorgnent ont avantagé à bien se préparer.

La stratégie de commercialisation se fonde en premier lieu sur la collecte de données pertinentes.

- Énumérez vos attentes en ce qui concerne le marché américain, en termes de clientèle, de fournisseurs, d'employés, de sources de financement et autres facteurs pertinents.
- Analysez la performance de votre entreprise, la conjoncture économique actuelle et la pénétration du marché.