

Après avoir étudié ces possibilités stratégiques, l'entreprise devrait se poser les questions suivantes :

- Quel prix devrait-elle fixer pour pénétrer le marché avec son produit? Est-ce que le volume de ventes réalisé aura un effet sur la stratégie de détermination du prix?
- Le consommateur est-il sensible au prix?
- Le prix détermine-t-il la quantité de produits que l'entreprise peut vendre?
- Quelles stratégies de prix suivent les concurrents?
- Est-ce que le prix déterminera la quantité de concurrents à laquelle l'entreprise fera face? Cet état de fait influence-t-il la volonté de l'entreprise de se démarquer de la concurrence?
- Quels avantages l'entreprise espère-t-elle retirer de sa stratégie de détermination des prix : domination du marché, occupation d'un créneau ou autres?
- Quel prix devrait être facturé au distributeur? Peut-il fixer le prix pour l'utilisateur final?
- La stratégie de prix sera-t-elle modifiée? À quel moment?
- La politique de détermination des prix sera-t-elle légale sur le marché ou attirera-t-elle une attention malvenue?
- Quelles sont les conditions de paiement des clients et les usages en la matière? Quelles en sont les conséquences en matière de détermination du prix?

7. LES VENTES ET LA DISTRIBUTION

Le plus important pour n'importe quelle entreprise est de réussir à vendre. Cela nécessite, dans une certaine mesure, de disposer de l'infrastructure adaptée pour pouvoir répondre aux besoins des clients, le leur faire savoir et les satisfaire. La mise en place d'une infrastructure de vente efficace est déjà complexe sur son marché de départ; elle est deux fois plus complexe quand il s'agit d'un marché étranger.

LE TRAITEMENT DES COMMANDES

Nombre d'entreprises commencent par exporter en réagissant à des commandes non sollicitées de l'étranger. Cela peut constituer une mise à l'essai à faible risque de la capacité d'exporter d'une entreprise.

- Qui au sein de l'entreprise s'occuperait d'une demande de devis en provenance de l'étranger? Y a-t-il quelqu'un au sein de l'entreprise qui connaisse la terminologie des règles internationales pour l'interprétation des termes commerciaux (INCOTERMS)? Quelqu'un sait-il comment calculer les prix franco dédouanés? Y a-t-il quelqu'un en mesure de préparer des devis liant les parties?
- L'entreprise est-elle en mesure de traiter les commandes officielles? Si un acheteur étranger convient d'acheter les produits ou les services de l'entreprise, comment l'entreprise va-t-elle répondre à cette commande? L'entreprise a-t-elle une méthode pour informer les services concernés de la commande dans l'ordre voulu?
- À quelle vitesse l'entreprise peut-elle remplir une commande venant de l'étranger? Combien de temps lui faudrait-il pour livrer le produit ou fournir le service? La capacité de fabrication de l'entreprise est-elle suffisamment souple pour tenir compte d'une grosse commande provenant de l'étranger? Le service des expéditions de l'entreprise est-il en mesure de préparer les marchandises pour leur transport à l'étranger?