

Création d'un plan d'exportation réussi

Maintenant que vous avez préparé votre plan d'activités ou revu et remanié un plan existant, il est temps de commencer à élaborer votre plan d'exportation général. La plupart des renseignements dont vous aurez besoin pour votre plan d'exportation peuvent être recueillis en suivant les étapes des autres chapitres du présent *Guide pas-à-pas à l'exportation*.

De façon fondamentale, le plan d'exportation est un plan d'activités qui se concentre sur les marchés internationaux. C'est le moment de préciser votre ou vos marchés cibles, vos buts, activités et objectifs d'exportation, les ressources nécessaires et les résultats prévus.

Éléments essentiels d'un plan d'exportation

Un plan d'exportation devrait comprendre les éléments suivants :

Introduction : Cette section présente le contexte de votre plan d'exportation. Elle devrait résumer l'histoire de votre produit ou service, les raisons et le motif pour lesquels vous souhaitez l'introduire sur un marché étranger, ainsi que le financement nécessaire et les conditions qui s'y rattachent, le cas échéant.

Rendement sur le marché national : Si votre entreprise a évolué sur le marché national, utiliser cette section pour décrire son rendement. Il faudrait présenter :

- l'entreprise
- le produit ou le service
- l'histoire du rendement
- les ressources (humaines et financières)
- la structure organisationnelle
- la stratégie de marketing national.

Buts et objectifs de l'exportation : Dans cette section, indiquer ce que vous souhaitez accomplir en ayant accès à un marché d'exportation. Décrire vos buts à court et à long terme, tels qu'une perspective d'un an et une perspective de cinq ans.

Votre marché cible : Voici l'endroit où vous pouvez démontrer les connaissances acquises au cours de votre recherche sur le marché international. (*Voir chapitre 3.*) Tenter de décrire les sujets suivants :

- marché cible et structure de l'industrie
- analyse du consommateur et projection de la demande pour votre produit ou service
- concurrence et parts de marché, si vous le savez
- circuits de distribution et de promotion
- règlements gouvernementaux (restrictions au commerce, droits à l'importation, documentation)
- défis et occasions relevés sur le marché cible
- facteurs culturels.

Livraison : Indiquer comment vous comptez livrer le produit ou le service à votre marché cible et pourquoi ce choix est approprié. (*Voir chapitre 6.*)

Plan de marketing : Cette section est la plus importante de votre plan d'exportation et devrait inclure les éléments suivants (*Voir chapitre 4*) :

- stratégie de vente
- établissement des prix
- stratégie promotionnelle
- circuits de distribution
- service après-vente
- méthodes de suivi.