

Type 3 : Économies reposant sur le financement des institutions financières internationales (IFI) (par exemple, les pays d'Afrique)

- L'économie est en développement ou en transition.
- Il faut du temps pour développer le marché.
- La souplesse et la finesse politique sont des qualités importantes.
- Il est très utile d'avoir déjà travaillé avec un organisme de financement agissant comme tierce partie (par exemple, l'Agence canadienne de développement international ou la Banque mondiale).

IDÉE FAUSSE

Mon entreprise ne parviendra pas à soutenir la concurrence à l'étranger

Ce n'est pas forcément vrai. Même si vous n'avez pas encore trouvé le marché qui convient pour votre produit ou service, le monde est grand et les besoins et les goûts sont nombreux. Somme toute, si votre produit marche bien au Canada, il n'y a aucune raison que vous ne trouviez pas de clients à l'étranger. N'oubliez pas que le prix n'est pas le seul facteur en cause – les besoins et les goûts des consommateurs, l'utilité et la qualité du produit, le service et les modalités de crédit que vous offrez pourraient rendre votre produit concurrentiel même si son prix n'est pas le plus bas dans le marché.

Types d'études de marché

La deuxième étape de l'étude de marché peut prendre différentes formes, car il y a plusieurs façons d'étudier un marché : à certains moments, on se fie à son intuition, tandis qu'à d'autres on préfère s'appuyer sur des analyses statistiques pointues. Cependant, plus vos recherches sont poussées, moins vous risquez de laisser passer un élément important. Il existe deux grands types d'étude de marché : la recherche secondaire et la recherche primaire.

Recherche secondaire

Cette recherche se fait au Canada en consultant des revues, des études de marché ou autres, des ouvrages, des sondages et des analyses statistiques. Pour vous procurer la plupart de ces ressources, vous pouvez vous adresser à Équipe Canada inc ou à des chambres de commerce, à des organismes de développement économique, à des associations sectorielles ou professionnelles ou à des entreprises canadiennes qui sont déjà implantées dans le pays.

Recherche primaire

Après avoir effectué vos recherches secondaires, il est temps de passer à la recherche primaire, c'est-à-dire de recueillir des renseignements commerciaux par contact direct auprès de clients potentiels ou d'autres sources.

La recherche primaire implique presque toujours une participation personnelle à des entretiens ou des consultations. Vos contacts au pays et à l'étranger seront plus à même de vous aider si vous leur expliquez dès le départ les objectifs de votre entreprise et que vous formulez clairement vos questions. Par exemple :

- **Description de l'entreprise** – Donnez une brève description de votre entreprise, de son histoire, des secteurs ou des marchés qu'elle approvisionne, des associations auxquelles elle appartient (le cas échéant), et de votre produit ou service.