

3. Disposez-vous personnellement du temps nécessaire qu'il faut consacrer à la poursuite des affaires au Mexique? Quelles activités devrez-vous abandonner pour le faire?
4. Quel sera pour vous le coût de faire des affaires au Mexique en termes de temps et d'argent? Qu'en savez-vous? Comment pouvez-vous le trouver?
5. Quand vous faudra-t-il recouvrer ces coûts? Pendant combien de temps devrez-vous attendre les recettes de vos transactions au Mexique?
6. Pouvez-vous supporter ces coûts avec vos activités actuelles? Avez-vous besoin de financement additionnel? Y a-t-il des sources immédiates ou évidentes de financement disponibles?
7. Y a-t-il des personnes au sein de votre entreprise qui parlent l'espagnol? Y en a-t-il parmi elles qui aient l'expérience du Mexique ou de l'Amérique latine? Quelqu'un connaît-il les caractéristiques de l'économie mexicaine? Quelqu'un a-t-il des contacts personnels au Mexique?
8. Pouvez-vous vous permettre d'affecter un employé à la recherche des possibilités d'affaires au Mexique? Cette personne a-t-elle le pouvoir d'agir comme «champion» et de provoquer les événements?
9. Connaissez-vous quelqu'un qui ait fait des affaires au Mexique? Avez-vous des relations d'affaires ou avez-vous déjà rencontré quelqu'un à des conférences ou des séminaires qui ait des connaissances sur ce marché?
10. Avez-vous, en-dehors de votre société, accès à des sources d'aide qui pourraient vous aider à pénétrer le marché mexicain?

Études de marché

Avant d'essayer de pénétrer le marché mexicain, trouvez ce qu'il faut que vous sachiez sur lui. La réussite de vos produits et de vos services dépendra de questions comme la sophistication technologique, les coûts, la qualité et l'aptitude à vendre dans des créneaux particuliers de marché. Il faut que sachiez à quelle concurrence vous aurez affaire. Vous devrez peut-être étudier la possibilité de modifier vos produits, votre commercialisation ou votre publicité afin de mieux vous positionner sur le marché mexicain. Vous devrez pour le moins commencer avec les données suivantes :

- Quelle est la taille du marché de vos produits ou services au Mexique?
- Qui achète vos produits ou services et quelles sont les caractéristiques de ces acheteurs? Visez-vous les industries, les consommateurs ou les utilisateurs finaux? Quels sont habituellement les coûts, la qualité et les caractéristiques des produits concurrents qui se trouvent déjà sur le marché?
- Comment les produits concurrents sont-ils produits, distribués, publicisés et vendus?
- Y a-t-il un service après-vente?
- Y a-t-il des créneaux disponibles qui ne sont pas exploités?
- Qui sont vos concurrents (locaux et étrangers)?
- Quelles sont les caractéristiques de leurs entreprises (taille, ressources financières, orientation des affaires, capacité technologique, etc)?
- Comment vos produits se mesurent-ils aux leurs en termes de coûts, de qualité, de services, de délais de livraison, etc?
- Si vous vous attaquez à un marché entièrement nouveau, comment pourrez-vous vous y implanter, informer de la présence de vos produits et agir sur la demande?
- Si vous vous intéressez à un marché existant, comment attaquerez-vous la concurrence? Ferez-vous concurrence par les prix, la qualité, les caractéristiques, l'à-propos du produit, les procédés de fabrication, les services, les méthodes de distribution, etc?
- Quelles sont les réglementations qui s'appliquent à vos produits (par exemple règles sur la santé et la sécurité, normes techniques, brevets)?
- Quels sont les tarifs douaniers qui vous toucheront?
- Si des tarifs douaniers s'appliquent maintenant, quand le Mexique les éliminera-t-il en vertu des dispositions de l'ALENA?