

LA STRATÉGIE D'EXPORTATION DE L'ENTREPRISE

Pour réussir à l'exportation, une entreprise doit disposer des éléments suivants : un produit viable, une haute direction fermement décidée à s'engager dans l'exportation et une planification stratégique.

EXAMEN DU PRODUIT

Avant de vous décider à exporter, vous devez procéder à un examen approfondi de vos ressources et du rendement de votre entreprise sur le marché national. Il vous faut, par exemple, comparer les ventes, les prix et les marges de profit à ceux de l'industrie. Si vos concurrents exportent déjà, vous êtes peut-être en train de laisser passer de bonnes occasions.

Procédez à une étude minutieuse de votre entreprise. Par exemple, disposez-vous présentement des ressources humaines et financières nécessaires pour envisager de vous lancer sur les marchés de l'exportation? Votre entreprise a-t-elle une capacité de production suffisante pour répondre à la demande des clients éventuels? La fiabilité est une des conditions essentielles du succès dans le domaine de l'exportation. Il n'est donc pas recommandé de s'y intéresser uniquement pour se débarrasser d'un excédent de stock; une approche semblable porterait atteinte à la bonne réputation du Canada en tant que pays exportateur.

Les questions suivantes devraient vous permettre d'évaluer le potentiel d'exportation de votre produit :

- Qui utilisera le produit?
- Qui prend la décision d'achat dans le pays étranger?
- Est-ce un produit qui se vend toute l'année ou un produit de vente saisonnière?
- Qui vend ce produit actuellement? Le montage requiert-il des connaissances particulières?
- Faudra-t-il procéder à des modifications afin d'adapter le produit aux demandes particulières du marché? Si oui, quel en sera le coût?

- Faut-il un emballage spécial? Quelles sont les exigences en matière d'étiquetage et de langue de rédaction?
- Le produit est-il facile à expédier? Imposent-il des coûts particuliers de manutention?
- Est-ce que ce produit est compétitif en termes de prix, de qualité et de délais de livraison?

ENGAGEMENT DE LA PART DE LA HAUTE DIRECTION

La conception et l'exécution d'une stratégie de commercialisation internationale, souvent appelée plan d'exportation, exigent de l'entreprise un investissement important en ressources humaines et financières et ce, pendant une longue période avant de toucher le moindre dividende. Il faut donc, avant de commencer à élaborer le plan d'exportation, s'assurer que la haute direction est prête à s'engager fermement dans ces opérations.

PLANIFICATION STRATÉGIQUE POUR L'EXPORTATION

La stratégie d'exportation devrait faire partie de la stratégie globale de l'entreprise. Avant toute chose, votre entreprise doit savoir ce qu'elle attend de l'exportation tout en étant très consciente de ses propres limites. Par exemple, si l'entreprise n'est pas prête à augmenter sa production pour répondre à la demande étrangère, elle ne devrait pas envisager de faire de l'exportation. Si la direction considère la possibilité d'exporter, elle devrait commencer par étudier les marchés éventuels : ces pays peuvent être géographique-ment proches, partager une même langue et une même culture, ou simplement être familiers aux représentants de l'entreprise.