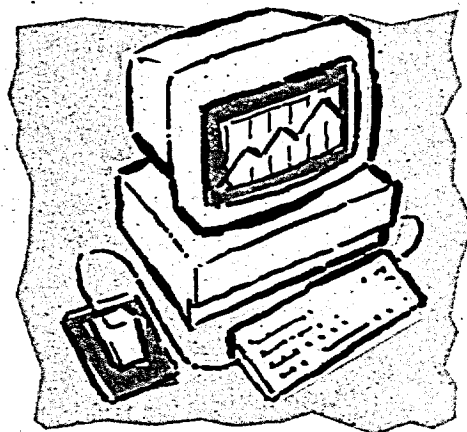

Si vous pouvez répondre de manière satisfaisante à ces questions, vous aurez quand même à réaliser des recherches générales sur le marché afin de mieux connaître la concurrence ou de déterminer s'il y aurait lieu de modifier votre produit. Vous devez notamment trouver les réponses aux questions suivantes :

- 1** Quelle est l'ampleur du marché mexicain pour votre produit ou service?
- 2** Selon vous, qui achètera votre produit ou service? Visez-vous des industries, ou des consommateurs et des utilisateurs finals? Qu'est-ce qui caractérise la clientèle visée?
- 3** Qui sont vos concurrents? Quelles sont les caractéristiques de leurs entreprises?
- 4** Quels sont, de façon générale, les coûts, le degré de qualité et les caractéristiques des produits ou services concurrents qui desservent déjà le marché?
- 5** Comment les produits concurrents sont-ils fabriqués, distribués, promus et vendus? Le service après-vente est-il offert?
- 6** Existe-t-il des créneaux commerciaux qui ne sont pas exploités? Si vous abordez un marché entièrement nouveau et inexploité, comment pouvez-vous vous implanter, sensibiliser la clientèle et orienter la demande?
- 7** Quelle est la réglementation, en matière de santé et sécurité, d'environnement ou de normes techniques, qui s'applique à votre produit ou à votre service?
- 8** Quels sont les droits de douane en vigueur?



En plus des questions cruciales de ce type, vous chercherez également des réponses à des questions plus générales. Quelle stratégie vous offre la meilleure possibilité de faire une percée sur le marché mexicain? Est-ce qu'une forme de coentreprise offre la meilleure solution? Pouvez-vous envisager de travailler avec un partenaire sur place? Un agent? Un franchisé? Y a-t-il des questions de licence à résoudre?

Les défis ne manquent pas si l'on veut s'attaquer au marché du Mexique et il faut avant tout décider si votre entreprise a la volonté et les moyens de déployer les efforts requis pour relever ces défis.