

Identifier les clients potentiels dans le secteur de la fabrication

Les entreprises de fabrication ont souvent besoin d'aide pour concevoir des produits, régler leurs problèmes environnementaux, améliorer leurs processus de production, commercialiser leurs produits, mettre en œuvre de nouveaux systèmes et s'occuper d'autres fonctions. Le répertoire *Manufacturing U.S.A.* englobe 460 industries de fabrication et donne des renseignements sur 26 000 entreprises. Ce répertoire est une source incalculable de renseignements pour les entreprises canadiennes désirant vendre leurs solutions et leur compétence à des fabricants américains. L'ouvrage est disponible auprès de *Gale Research* au numéro (313) 961-2242, au prix de 169 \$US. Les bibliothèques devraient également en avoir un exemplaire.

Voici un exemple de la façon dont une entreprise de services de transformation de la viande pourrait utiliser ce répertoire : une entreprise de la Nouvelle-Écosse fournit des services d'amélioration de systèmes à une société canadienne de transformation de la viande. Elle doit se reporter au code SIC 2013 (*Sausage and other Prepared Meats*), où se trouvent des renseignements assez détaillés sur l'envergure et la structure du marché, les tendances et le rendement récents dans l'industrie américaine, ainsi qu'une liste détaillée des principales compagnies et des principaux contacts, de même que leur envergure et leurs emplacements respectifs.

Si l'entreprise vise les États littoraux de l'est, le répertoire révèle que 80 transformateurs de viande exercent des activités commerciales en Pennsylvanie, 111 dans l'État de New York, etc. On peut également trouver des contacts immédiats dans cette région pour 14 des entreprises énumérées.

Élaborer un plan d'exportation efficace

11

Un plan d'exportation décrit les objectifs d'exportation de votre entreprise et détaille les étapes nécessaires pour les atteindre. Il doit cadrer avec toute votre planification stratégique des exportations afin que vous puissiez être sûr que tous les membres de votre entreprise ont des buts communs.

Si vous n'avez pas de plan d'exportation, utilisez la feuille de travail de la page suivante pour vous aider à en élaborer un. Si vous en avez déjà un (ou si vous disposez d'un plan de commercialisation englobant les activités d'exportation), vous pouvez en évaluer l'efficacité éventuelle en répondant aux questions suivantes. Encerchez les réponses applicables.

1. Votre objectif d'exportation aux États-Unis est-il clairement énoncé?
☐ OUI ☐ NON
2. La raison d'être de l'objectif est-elle claire?
☐ OUI ☐ NON
3. Les conséquences relatives aux ressources, par exemple la nécessité d'un personnel supplémentaire, sont-elles clairement indiquées?
☐ OUI ☐ NON
4. L'objectif, la raison d'être et les ressources dont vous avez besoin ont-ils été approuvés par les cadres supérieurs?
☐ OUI ☐ NON
5. Le plan contient-il un ensemble déterminé d'étapes en vue d'atteindre votre objectif?
☐ OUI ☐ NON
6. Certains membres déterminés de votre personnel se sont-ils vus attribuer une responsabilité à l'égard de chaque étape?
☐ OUI ☐ NON
7. A-t-on élaboré un calendrier global pour atteindre l'objectif en matière d'exportation?
☐ OUI ☐ NON
8. A-t-on fixé des échéances pour les rapports, au moins ceux des premières étapes?
☐ OUI ☐ NON
9. A-t-on établi un « seuil de décision » pour déterminer si l'exportation aux États-Unis sera rentable pour votre entreprise et si les efforts en ce sens valent la peine d'être maintenus?
☐ OUI ☐ NON
10. A-t-on fixé des objectifs de rendement ou de vente pour évaluer si l'on a atteint l'objectif d'exportation?
☐ OUI ☐ NON

Si vous avez répondu « OUI » à chacune des questions ci-dessus, vous êtes dans une bonne position stratégique pour progresser. Si vous avez répondu « NON » à certaines d'entre elles, il vous serait utile d'examiner les points figurant à la page suivante pour vous aider à perfectionner votre plan.