

- passez au moins une semaine dans la localité que vous aurez choisie pour évaluer les tendances de la mode, les prix, la concurrence; renseignez-vous sur ce qui se vend et ce qui ne se vend pas, et pour quelles raisons (regardez les vêtements dans les magasins, parlez aux commis et mêlez-vous aux gens à qui vous destinez vos vêtements);
- assistez, comme spectateur, à une foire commerciale ou une semaine du vêtement dans la région choisie, pour voir quels sont les méthodes de vente et le matériel promotionnel les plus efficaces de même que les meilleurs agents et les plus importants acheteurs;
- comparez votre gamme de produits vestimentaires avec celles qu'on trouve déjà sur place; notez ce pour quoi vos produits se vendraient bien et ce que vous pourriez changer, adapter ou améliorer. Faites preuve d'imagination.

Le plan de mise en marché

Une fois cette évaluation terminée, **établissez votre plan de mise en marché aux États-Unis**, avec l'aide d'un petit groupe d'employés affectés aux principales fonctions de votre entreprise.

- Délimitez le marché que vous visez; choisissez votre gamme de produits et de prix et vos réseaux de distribution. Précisez votre participation à la stimulation de la vente, de même que les services que vous offrirez à la clientèle.

- Réglez toutes les questions concernant l'accès au marché américain (droits de douane, frais de courtage, de transport, etc.).
- Pour des renseignements sur les documents de douane, la classification tarifaire, les taux de droits, *la valeur en douane* et les exigences américaines en matière d'étiquetage, consultez le Groupe de l'accès aux marchés, Relations commerciales avec les États-Unis, du ministère des Affaires extérieures (tél : (613) 993-7485), un courtier en douane américain ou le service américain des douanes du point d'entrée choisi.
- Fixez vos prix en dollars américains; pour ne pas compliquer les choses lorsque vos acheteurs recevront la marchandise.
- Déterminez la capacité et les coûts de production pour ce marché.
- Constituez l'équipe de gestion dont vous aurez besoin — tant dans le domaine des stocks que de celui du service — pour soutenir la concurrence sur le marché que vous visez.
- Soyez prêt à lancer vos collections sur le marché américain à l'aide de dessins de mode, d'échantillons de modèles et de tissus, etc., que vous présenterez aux acheteurs; assurez-vous que les articles que vous proposez correspondent à la bonne saison d'achat.
- Réglez toutes les questions financières : conditions de vente, états fictifs des revenus et des dépenses et capitaux nécessaires.