

De la réceptivité - pour ce qui est de faire connaître les débouchés et les problèmes possibles, en fonction des besoins du client. Celui-ci demande de votre part une volonté de l'aider et de comprendre ses besoins.

Intégrité - Les clients comprennent que vous devez protéger l'identité et les intérêts d'affaires d'autres entreprises canadiennes actives sur le marché. Ils s'attendent au même traitement de votre part concernant l'information qu'ils vous fournissent.

Lignes directrices:

1. Appuyez votre aperçu du potentiel de marché sur de l'information facile à obtenir. Apposez une date à votre évaluation car les circonstances peuvent changer.
2. Si l'information est disponible, ajoutez ce que vous savez des concurrents possibles. Ne divulguez pas d'information confidentielle si les concurrents sont d'autres entreprises canadiennes.
3. Informez le client si la demande porte sur un secteur ou un marché où les débouchés sont restreints pour le Canada, ou encore à propos duquel vos connaissances sont limitées.
4. Si vous êtes incapable de fournir une évaluation au client, faites-le lui savoir sans tarder. En pareil cas, le client appréciera quand même d'obtenir de l'information facile d'accès, ou de se faire diriger vers d'autres sources d'information. Informez le client s'il y a des frais à payer auprès de ces sources d'information.
5. Incluez dans les étapes ultérieures que vous recommandez des mesures comme la visite de foires commerciales à venir ou la participation à ces foires, l'opportunité d'inviter un acheteur potentiel au Canada, la consultation de la Société pour l'expansion des exportations ou de la Corporation commerciale canadienne en vue d'obtenir du soutien financier.
6. Invitez le client à visiter votre site Web ou le site InfoExport, où il devrait pouvoir trouver des études de marché et des liens vers d'autres sources d'information sur le marché (p. ex. : les études effectuées par le Centre des études de marché d'Équipe Canada).

Questions et réponses:

Q. Que dois-je faire si le potentiel concernant le produit ou service d'une entreprise est faible ou absent?

R. Informez le client si le potentiel est faible sur le marché. Si vous lui annoncez qu'il n'y a aucun potentiel (p. ex. restrictions légales), vous devez en être absolument certain. Utilisez notre lettre-type.

Temps que vous devriez consacrer en moyenne:

Pas plus de deux heures de recherche. Rappelez-vous que vous offrez des commentaires à un client qui a déjà étudié le marché et qui souhaite peut-être consacrer plus de temps et d'argent à élaborer les résultats. Tout effort additionnel doit être proportionnel à votre évaluation du potentiel du client sur le marché.

Consacrez plus de temps à faire de la recherche sur les secteurs qui commencent, d'après vous, à devenir prometteurs et dont les résultats pourraient vous être utiles au moment de préparer des réponses aux demandes de renseignements d'autres entreprises. Envisagez aussi de suggérer au Centre des études de marché d'Équipe Canada d'entreprendre une étude de marché sur un secteur particulier de votre marché.