

PRODUITS, SERVICES ET MARCHÉS

On dit que peu importe ce que vous produisez, si c'est le meilleur produit en son genre, on se l'arrachera. De nombreux produits et services sont considérés comme les meilleurs à l'intérieur et à l'extérieur du Canada.

Les Canadiens ont donné au monde le pabulum, le rouleau à peinture, l'insuline, le téléphone, les flocons de pommes de terre instantanés, le stimulateur cardiaque et, bien sûr, le jeu Quelques arpents de pièges.

En tant que personne d'affaires, vous savez bien que toute transaction comporte deux composantes essentielles : avoir quelque chose à vendre et quelqu'un pour l'acheter.

Avoir quelque chose à vendre

Faites le point sur la situation de votre entreprise pour savoir si vous êtes prêt à exporter en procédant à une évaluation critique de vos produits ou services dans un contexte global. Commencez par répondre aux questions suivantes :

- Qui utilise déjà votre produit ou service ? Est-il utilisé sur une grande échelle ou n'intéresse-t-il qu'un groupe particulier pour des raisons socio-économiques ? Est-il surtout utilisé par un certain groupe d'âge ?
- Y-a-t-il des modifications à y apporter pour qu'il intéresse des clients sur un marché étranger ?
- Certains facteurs climatiques ou géographiques influent-ils sur l'utilisation de votre produit ? Dans l'affirmative, lesquels ?
- Quelle est la durée de conservation de votre produit ? Le temps de transit risque-t-il d'en réduire la qualité ?
- Des frais d'exploitation s'appliquent-ils à votre produit ? Dans l'affirmative, quels équipements ou services supplémentaires le client doit-il acheter ?

- Votre produit doit-il être préalablement monté par des techniciens ? Requier-t-il une technique particulière ?
- L'emballage est-il particulièrement coûteux ? Peut-il être modifié pour répondre aux exigences de clients étrangers ? Le produit requiert-il une documentation spéciale ? Il faut ajouter ces coûts au prix unitaire pour déterminer si vous pouvez ou non exporter à un prix concurrentiel.
- Votre produit est-il assujéti à des normes techniques ou à une réglementation spéciale ? Celles-ci peuvent varier d'un pays à l'autre.
- Un service après vente est-il nécessaire ? Est-il offert sur place ou est-ce à vous de le fournir ? Dans ce cas, avez-vous les ressources pour le faire ?
- Est-il facile d'expédier votre produit ? Les frais d'expédition feront-ils augmenter les prix au point de rendre vos produits moins concurrentiels ?
- Serez-vous capable de servir à la fois vos clients canadiens et vos futurs clients étrangers ?
- Si la demande au Canada augmente, serez-vous en mesure de continuer à répondre aux demandes de vos clients étrangers ?

Rechercher les renseignements nécessaires pour répondre à certaines de ces questions peut prendre du temps. Vous pouvez obtenir de l'aide auprès de sources