

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 de transport 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?

Une fois que vous aurez examiné attentivement la structure actuelle de votre entreprise et évalué les possibilités de vente du produit ou service sur les marchés internationaux, vous aurez une idée de la capacité d'exportation de votre entreprise. Si celle-ci a déjà du mal à répondre à la demande de la clientèle canadienne, si elle éprouve des difficultés de trésorerie ou si elle ne dispose pas d'un fonds de roulement suffisant, ça n'est peut-être pas le moment de vous lancer dans l'exportation. Par contre, si, après analyse, vous concluez que votre produit ou service peut être adapté aux conditions du marché étranger ou que votre entreprise jouit d'un avantage concurrentiel marqué, vous pouvez passer à la section suivante du *Guide de l'exportateur* et aborder le choix d'un marché-cible.