
Potentiel de ventes

- Quelle est la demande actuelle et la demande potentielle à long terme pour vos produits et services? Pour le savoir, il vous faudra obtenir des statistiques sur les importations actuelles et les nouvelles tendances, par volume, valeur et pays d'origine; des renseignements sur la concurrence, actuelle et future, des fournisseurs locaux et la différence de prix entre vos produits et les leurs; le degré d'acceptation ou de résistance du marché aux nouveaux produits.
- Pour vous faire accepter des clients devrez-vous adapter les produits que vous vendez au Canada au goût local, en ce qui concerne la qualité, les couleurs, l'emballage ou les méthodes de vente?

Réglementation

- Quels systèmes de mesure devez-vous utiliser (p.ex.: impérial, métrique, mesure américaine pour les liquides, avoirdupoids)?
- Quelles sont les normes techniques, d'hygiène et de sécurité en vigueur? Quels sont les règlements d'emballage, de marquage et d'étiquetage?

Conditions de paiement et devises

- Vous devrez connaître les conditions habituelles de paiement et les devises qui ont cours sur le marché cible.

Distribution

- Comment s'organisent les importateurs du pays cible et comment préfèrent-ils travailler? Quelle est leur marge bénéficiaire ou la commission généralement demandée? Il vous faudra beaucoup apprendre sur leurs manières favorites de mener des affaires car, si vous vous adaptez aux pratiques locales, cela pourrait parfois jouer en votre faveur au détriment d'un concurrent qui ne peut ou ne veut pas s'adapter. La structure du marché et la filière des acheteurs vous aideront à déterminer de quelle manière vous devriez distribuer votre produit.

Si vous vous adaptez aux pratiques locales, cela pourrait parfois jouer en votre faveur au détriment d'un concurrent.

Vous faut-il un seul représentant exclusif ou plusieurs représentants? Quelle devrait être l'importance de votre inventaire? Quels devraient être le volume et la fréquence de vos expéditions? Vous devrez vous renseigner sur les services des transporteurs internationaux et sur la qualité du transport intérieur, à partir du port d'entrée, ainsi que sur les possibilités de négocier le prix des produits pour des expéditions répétées.