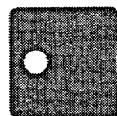


L'EXPÉRIENCE DE DEUX ENTREPRISES CANADIENNES AUX ÉTATS-UNIS

par exemple les cadres et les accessoires de montage, représentaient 30 % du chiffre d'affaires de Screen Print.

M. Smith a aussi essayé de vendre d'autres produits Screen Print, par exemple des articles de promotion et des affichettes de prix, aux États-Unis. Bien qu'il pouvait alors compter sur une clientèle établie, les résultats furent plus longs à se manifester. Même si ses produits étaient plus attrayants et plus faciles à installer que ceux des concurrents américains, les clients n'appréciaient pas suffisamment leur qualité pour changer de fournisseurs. Dans certains cas, le client expédiait simplement les échantillons à des fournisseurs locaux pour être copiés. M. Smith précise que les ventes d'autres produits de montre sont maintenant en hausse, des années après que les ventes de murales eurent décollé.

L'aventure de Screen Print aux États-Unis a donné d'autres résultats favorables sur le plan international. À la suite de son expansion aux États-Unis, Screen Print a reçu des commandes de murales de firmes de design d'Australie, de Nouvelle-Zélande et d'Europe. Elle cherche maintenant à commercialiser son produit outre-mer pour continuer sa croissance.



Éléments - clés

- un produit techniquement avancé par rapport à ceux de ses concurrents
- une étude approfondie du marché
- un choix judicieux de système de distribution