

- Serons-nous en mesure de former comme il faut nos partenaires et nos clients?
- Quelles modifications nos clients devront-ils mettre en œuvre pour tirer pleinement parti de nos services?
- Est-il possible de protéger comme il convient nos droits reconnus par la loi?
- Dans quelle mesure notre propriété intellectuelle est-elle vulnérable? Faisons-nous confiance à notre partenaire?

La compréhension du marché mexicain

Commercialiser un service au Mexique veut dire se vendre soi-même. L'approche utilisée pour la vente doit donc être adaptée en fonction des caractéristiques locales. Elle doit intégrer les pratiques locales, être crédible et accorder le respect voulu à la façon mexicaine de faire les choses. Pour y parvenir, il faut une compréhension en profondeur du marché local. Les questions essentielles à se poser sont, entre autres, les suivantes.

Profil du pays

- Connaissons-nous assez bien le système politique?
- Comprenons-nous le fonctionnement de l'infrastructure physique du Mexique?
- Connaissons-nous le système de transport?
- Quelles sont les caractéristiques démographiques du pays?
- Quel est le contexte réglementaire?
- En savons-nous assez sur l'économie?
- Quel est le cadre juridique au Mexique?

Pratiques culturelles et commerciales

- Quelles sont les implications de l'Accord de libre-échange nord-américain (ALÉNA)?
- Quels sont les circuits de commercialisation pour notre service?
- Quels sont les usages en termes de commercialisation, de crédit et de règlement pour des services comparables?
- Quelles sont les procédures d'appel d'offres dans le secteur public, à la fois officiellement et dans la réalité?
- Quelles sont les pratiques de gestion de personnel en vigueur et les obligations de l'employeur?
- Quels réseaux utilise-t-on pour commercialiser des produits ou des services comparables ou recueillir des renseignements sur le marché?
- Quelles sont les principales associations commerciales? Comment peut-on s'en faire connaître?