

Types de recherche

On peut aborder l'étude de marché de différentes façons. Certaines entreprises comptent seulement

« Internet est devenu l'outil de recherche le plus valable pour le commerçant international. »

EXPORTATEUR, INDUSTRIE
DES SERVICES

sur leur intuition, tandis que d'autres utilisent des moyens sophistiqués tels que la modélisation statistique des tendances du marché et des points de saturation. Plus la recherche est détaillée, moins on court le risque de négliger un aspect important. Toutefois, on peut dire qu'il y a essentiellement deux types principaux de recherche de marché : *secondaire* et *primaire*.

La *recherche secondaire* commence ici au Canada et consiste principalement à utiliser des données d'autres sources, telles que des périodiques, des études, des rapports de marchés, des livres, des sondages et des analyses statistiques. La plupart de ces outils sont disponibles par l'entremise d'Équipe Canada inc, ainsi que par les chambres de commerce, les organisations d'expansion économique, les associations industrielles et commerciales, et les entreprises canadiennes qui font déjà affaire dans votre marché cible.

RESSOURCES EN DIRECT

ExportSource est l'une des meilleures sources en ligne pour ce type d'information. Elle établit des liens avec tous les principaux sites Web canadiens d'information sur les marchés et fournit des renseignements sur les services de l'administration fédérale et du secteur privé, sur les marchés et les secteurs, sur des sujets de tout genre, tels que des statistiques commerciales, des tuyaux sur le commerce et des partenaires potentiels. exportsource.gc.ca

Lorsque vous aurez terminé votre recherche secondaire, passez à l'étape de la *recherche primaire*. Il s'agit de recueillir de l'information sur les marchés par un contact direct avec des clients potentiels ou d'autres sources. Les délégués commerciaux du Canada en poste dans les ambassades et les consulats vous aideront à évaluer votre potentiel sur votre marché cible et vous fourniront des listes de contacts et de partenaires adaptés à vos besoins.

À la différence de la recherche secondaire, la recherche primaire requiert un grand engagement personnel au moyen d'entrevues et de consultations. Lorsque vous demandez des renseignements de personnes-ressources à l'étranger ou au Canada, communiquez dès le départ quels sont les objectifs de votre entreprise et présentez vos questions clairement et avec concision.

Les suggestions suivantes vous aideront à éviter la confusion lorsque vous demandez de tels renseignements :

Description de l'entreprise : Donner une brève description de deux ou trois paragraphes décrivant votre entreprise, son historique, les industries/marchés desservis, les affiliations professionnelles (le cas échéant) et votre produit ou service.

Objectifs : À partir de votre recherche du marché secondaire, énumérer brièvement ou décrire un ou des objectifs visés par votre produit ou service d'exportation.

Produit ou service : Décrire clairement le produit ou le service que vous souhaitez exporter.

Questions : Fonder vos questions sur votre recherche secondaire et être aussi précis que possible. Les personnes-ressources sont susceptibles de prendre le temps de répondre à vos questions s'il est évident que vous vous êtes déjà informé sur le sujet en question.