

On épargnera temps, argent et découragement inutile par une recherche minutieuse avant d'effectuer un voyage vers le marché.

- Les exportateurs doivent apprendre tout ce qu'ils peuvent au sujet des marchés potentiels avant de prendre les premiers contacts. Obtenir l'information d'AECI, des associations commerciales, de la Chambre de commerce, etc.

Les compagnies qui souhaitent réussir la mise en marché à l'exportation doivent être disposées à reformuler, à adapter l'emballage, à changer les formats, à repositionner le produit pour satisfaire aux besoins et aux attentes des acheteurs sur le marché de l'exportation. Les exportateurs doivent solliciter activement des renseignements sur les exigences du marché et trouver un moyen de les satisfaire.

- L'accent doit être mis sur la recherche de marchés qui répondent à la capacité d'approvisionnement de l'exportateur canadien.
- Choisir les canaux de distribution appropriés - HRI et/ou le détail.
- Identifier les moyens de transport les plus économiquement efficaces pour expédier vers le marché.
- La première considération devrait porter sur les états frontaliers dont le marché est le plus familier à l'exportateur et les coûts de transport les plus bas. On devra faire attention dans les grandes agglomérations métropolitaines où la concurrence est la plus forte et la capacité à satisfaire de grosses quantités peut être nécessaire.
- Choisir le courtier ou le grossiste approprié sur le marché géographique. Il peut être important de choisir un courtier et de développer une bonne relation de travail plutôt que d'avoir cinq ou six courtiers sans entretenir quelque rapport que ce soit avec eux.
- Les contacts exigent d'être entretenus. Les visites sont essentielles, mais dispendieuses. Chaque visite devrait être bien planifiée et avoir des objectifs clairs.