

La première étape est de se doter d'un ensemble raisonnable d'indicateurs de performance. Parmi ceux qui suivent, quels sont ceux qui sont importants pour les objectifs stratégiques de l'entreprise?

- La performance de l'ensemble de la société. Quelles sont les ventes obtenues à l'exportation et quelles marges génèrent-elles? Quelle est la performance de l'exportation par rapport à la réussite de l'entreprise sur d'autres marchés? Comment cette performance se compare-t-elle à celle des concurrents?
- Rentabilité. L'entreprise atteint-elle ses objectifs ou ceux des actionnaires, sur le plan du rendement des investissements ou de l'avoir?
- Encaisse. L'entreprise génère-t-elle suffisamment de revenus pour répondre ou dépasser les besoins en matière de liquidités? Ces problèmes se présenteront-ils plus tard?
- Réinvestissement. L'activité génère-t-elle suffisamment de revenus pour répondre aux objectifs de réinvestissement de la société? Les investissements se remboursent-ils?
- Part de marché. L'entreprise atteint-elle ses objectifs? Acquiert-elle des parts de marché? Prend-elle une position de leader sur le marché?

Après avoir défini des indicateurs de base, l'entreprise devrait également chercher les renseignements lui permettant de cerner les domaines dans lesquels elle manifeste des faiblesses ou ceux qui pointent vers des solutions. On indique ci-dessous deux domaines fondamentaux à étudier pour ce type de diagnostic :

- Productivité. Quelle est la productivité des personnes participant à l'entreprise? Comment celle-ci se compare-t-elle avec la productivité dans les autres secteurs de la société, ou ailleurs dans l'industrie? La technologie est-elle utilisée de façon efficace? Les structures administratives sont-elles efficaces et efficientes? Y a-t-il un équilibre efficace entre maîtrise et souplesse?
- Clientèle. Dans quelle mesure les clients sont-ils satisfaits? Quelle opinion ont-ils de la société et de ses produits, ou de ses services? Comment cela se compare-t-il avec l'opinion qu'ils ont des concurrents? Y a-t-il des domaines dans lesquels les clients perçoivent un besoin d'amélioration?

LES SOURCES ET LES TECHNIQUES

Après avoir défini les objectifs généraux sous-jacents à la cueillette d'information, il faut préciser où on peut obtenir les renseignements voulus. Le tableau suivant donne des exemples des types de renseignements de base que l'entreprise cherche généralement et présente quelques exemples relevés dans le contexte canadien des affaires. Les exportateurs devraient trouver des sources comparables sur leur marché cible.