

Architecture :

*Export of Architecture Services: A
Review of Opportunities and
Obstacles*

*Precision, Planning, and
Perseverance: Exporting Architectural
Services to the United States*

*Reviving America's Urban Cores:
Downtown and Waterfront Potential
Along the Atlantic Seaboard and West
Coast Region*

*Opportunities for Canadian
Architects at the 1996 Olympics,
Atlanta, Georgia*

Construction :
*Penetrating the United States'
Construction Market*

Géomatique :
*The U.S. Market: Prospects and Entry
Strategies for the Canadian
Geomatics Industry*

Informatique :
*A Guide to Business Opportunities
in New York State for Canadian
Software Developers, Consulat
général canadien, 3000 Murray
Midland Centre, Buffalo,
N.Y., 14203 March Mokka,
téléphone : (716) 852-1247
télécopieur : (716) 852-4340.*

*How to Distribute Software in
the U.S.A.*

Ingénierie :

*Penetrating the U.S.
Environmental Engineering
Market: Prospects and Strategies
for Canadian Consulting
Engineers, Association des
ingénieurs conseils du Canada,
130, rue Albert, pièce 616,
Ottawa (Ontario)
K1P 5G4. Carolyn Brown,
téléphone : (613) 236-0569
télécopieur : (613) 236-6193.*

Divers :

*Mini Market Studies of
Opportunities in the
Northeastern U.S. for Interior
Design, Public Relations,
Financial Services,
Environmental Services,
Geomatics, Training,
Construction and Scientific,
Engineering and Management
Consulting*

Pour commander, appelez la
Division de la promotion du
commerce et du tourisme aux
États-Unis, Affaires extérieures
et Commerce extérieur Canada,
au numéro (613) 944-9441.

Si vous décidez d'effectuer une étude
de marché grâce à des interviews, ou
si vous attribuez des contrats pour en
faire faire, voici quelques conseils pour
assurer le succès de votre démarche.

1. Fixez des objectifs.

Avant de commencer, demandez-
vous : « Quel genre d'information
aiderait à réduire le risque que
présente la pénétration d'un
nouveau marché? Quel est le
répondant susceptible de connaître
mon marché potentiel? » Choisissez
certaines « questions indispensables »
à poser, au cas où vous ne pourriez
effectuer une longue interview. Pour
les éléments cruciaux, posez des
questions semblables à plusieurs
personnes afin d'avoir une idée de
la gamme de réactions possibles.

2. Révisez les objectifs.

Les objectifs d'une interview peuvent
changer à mesure que vous avancez.
Analysez les réponses et réviser
les questions à mesure que vous
progressez. Approfondissez davantage
à l'occasion des interviews subsé-
quentes, lesquelles servent générale-
ment à combler les lacunes ou à
confirmer les opinions recueillies au
cours de recherches antérieures.

*3. Posez des questions simples et
ouvertes et sondez les réponses.*

Posez des questions ouvertes comme
« Quels types de services font l'objet
de contrats dans votre industrie? »
Vous devrez peut-être donner des
exemples de réponses pour aider votre
interlocuteur. Évitez les questions qui
invitent une simple réponse par un
oui ou un non, à moins que ce ne soit
vraiment tout ce que vous vouliez