

CHAPITRE 2. ÉVALUER LE MARCHÉ MEXICAIN

QUE FAUT-IL CHERCHER?

Si une analyse préliminaire indique qu'il est réaliste d'envisager de faire des affaires au Mexique, il convient alors de passer à l'examen du marché mexicain.

Avant de décider d'établir une présence sur le marché mexicain, l'entreprise doit se renseigner à son sujet. Le succès dépend en effet de ce qu'elle en sait en matière de spécialisation technologique, de coûts, de qualité et sur sa capacité d'exploiter des créneaux bien précis. Elle devra connaître ses concurrents. Elle pourrait même souhaiter investir dans la modification du produit, le marketing ou la publicité afin d'être mieux positionnée sur le marché mexicain.

Dans un premier temps, il convient d'examiner la liste de vérification de l'étude du marché. Cette liste énumère de nombreux aspects déterminants des perspectives de succès d'une entreprise sur le marché mexicain. Des sources tant publiques que privées offrent de nombreux renseignements et des sources générales peuvent servir à effectuer l'étude du marché particulier de l'entreprise.

Les réponses à ces questions détermineront l'analyse stratégique qui indiquera la meilleure façon d'établir une présence sur le marché mexicain.

LISTE DE VÉRIFICATION DE L'ÉTUDE DU MARCHÉ MEXICAIN

LES ASPECTS GÉNÉRAUX

DÉMOGRAPHIE

- Population et taille du marché.
- Densité et distribution de la population.

ÉLÉMENTS PHYSIQUES

- Facteurs climatiques.
- Distances d'expédition (surtout pertinentes pour les produits périssables ou dont le transport est coûteux).
- Distribution physique et réseaux de communication.
- Infrastructure des communications (téléphones, télécopieurs, modems, systèmes de courrier électronique) et avancement technologique général.